

ISSN 2221-5182

«НАУКА И БИЗНЕС: ПУТИ РАЗВИТИЯ»

научно-практический журнал

№ 2(56) 2016

Главный редактор

Тарандо Е.Е.

Редакционная коллегия:

Воронкова Ольга Васильевна

Атабекова Анастасия Анатольевна

Омар Ларук

Левшина Виолетта Витальевна

Малинина Татьяна Борисовна

Беднаржевский Сергей Станиславович

Надточий Игорь Олегович

Снежко Вера Леонидовна

У Сунцзе

Ду Кунь

В ЭТОМ НОМЕРЕ:

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ:

- Машиностроение и машиноведение
- Информатика, вычислительная техника и управление

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ:

- Экономика и управление
- Менеджмент и маркетинг
- Экономика и право
- Природопользование и региональная экономика

Москва 2016

«НАУКА И БИЗНЕС: ПУТИ РАЗВИТИЯ»

научно-практический журнал

Журнал

«Наука и бизнес: пути развития»
выходит 12 раз в год.

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций и
охране культурного наследия
(Свидетельство ПИ № ФС77-44212).

Учредитель

МОО «Фонд развития науки и
культуры»

Журнал «Наука и бизнес: пути
развития» входит в перечень ВАК
ведущих рецензируемых научных
журналов и изданий, в которых
должны быть опубликованы
основные научные результаты
диссертации на соискание ученой
степени доктора и кандидата наук.

Главный редактор

Е.Е. Тарандо

Выпускающий редактор

М.Г. Карина

Технический редактор

И.В. Колодина

Редактор иностранного
перевода

Н.А. Гунина

Инженер по компьютерному

макетированию

И.В. Колодина

Адрес редакции:

г. Москва, ул. Малая Переяславская,
д. 10, к. 26

Телефон:

89156788844

E-mail:

nauka-bisnes@mail.ru

На сайте

<http://globaljournals.ru>

размещена полнотекстовая
версия журнала.

Информация об опубликованных
статьях регулярно предоставляется
в систему Российского индекса
научного цитирования
(договор № 2011/30-02).

Перепечатка статей возможна только
с разрешения редакции.

Мнение редакции не всегда
совпадает с мнением авторов.

Экспертный совет журнала

Тарандо Елена Евгеньевна – д.э.н., профессор кафедры экономической социологии Санкт-Петербургского государственного университета; тел.: 8(812)274-97-06; E-mail: elena.tarando@mail.ru.

Атабекова Анастасия Анатольевна – д.ф.н., профессор, заведующая кафедрой иностранных языков юридического факультета Российского университета дружбы народов; тел.: 8(495)434-27-12; E-mail: aaatabekova@gmail.com.

Омар Ларук – д.ф.н., доцент Национальной школы информатики и библиотек Университета Лиона; тел.: 8(912)789-00-32; E-mail: omar.larouk@enssib.fr.

Левшина Виолетта Витальевна – д.т.н., профессор кафедры управления качеством и математических методов экономики Сибирского государственного технологического университета; 8(3912)68-00-23; E-mail: violetta@sibstu.krasnoyarsk.ru.

Малинина Татьяна Борисовна – д.социол.н., доцент кафедры социального анализа и математических методов в социологии Санкт-Петербургского государственного университета; тел.: 8(921)937-58-91; E-mail: tatiana_malinina@mail.ru.

Беднаржевский Сергей Станиславович – д.т.н., профессор, заведующий кафедрой безопасности жизнедеятельности Сургутского государственного университета, лауреат Государственной премии РФ в области науки и техники, академик РАЕН и Международной энергетической академии; тел.: 8(3462)762-812; E-mail: sbed@mail.ru.

Надточий Игорь Олегович – д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой философии Воронежской государственной лесотехнической академии; тел.: 8(4732)53-70-708, 8(4732)35-22-63; E-mail: inad@yandex.ru.

Снежко Вера Леонидовна – д.т.н., профессор, заведующий кафедрой информационных технологий в строительстве Московского государственного университета природообустройства; тел.: 8(495)153-97-66, 8(495)153-97-57; E-mail: VL_Snejko@mail.ru.

Воронкова Ольга Васильевна – д.э.н., профессор, член-корреспондент РАЕН, главный редактор, председатель редколлегии; тел.: 8(9819)72-09-93; E-mail: nauka-bisnes@mail.ru.

У Сунце (Wu Songjie) – к.э.н., преподаватель Шаньдунского педагогического университета (г. Шаньдун, Китай); тел.: +86(130)21-69-61-01; E-mail: qdwucong@hotmail.com.

Ду Кунь (Du Kun) – к.э.н., доцент кафедры управления и развития сельского хозяйства Института кооперации Циндаоского аграрного университета (г. Циндао, Китай); тел.: 89606671587; E-mail: tambovdu@hotmail.com.

Содержание

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Машиностроение и машиноведение

- Давыдов А.М., Кирпичников В.П. Математическая обработка результатов исследования границ недопустимых температур в рабочей зоне электрических сковород 5

Информатика, вычислительная техника и управление

- Коваленко Т.А. Анализ процесса компьютерного моделирования для обработки передачи и приема информации 10
- Рустамов Я.И., Касумов А.Б. Анализ надежности управляющего устройства в коммутационной системе 13

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Экономика и управление

- Ковалева А.Е. Кластерное управление в аграрном секторе экономики в условиях инвестиционной нестабильности 19
- Литвинова А.Г. Формы и методы управления в малом предпринимательстве 23

Менеджмент и маркетинг

- Чернявская Ю.А. Направление и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся условиям хозяйствования 27
- Шамликашвили Ц.А., Харитонов С.В., Пчелинцева Д.Н. Влияние демонстрации враждебности сторонами спора на динамику его урегулирования 33

Экономика и право

- Баранова С.А. Система федеральных органов исполнительной власти Германии 41
- Новикова Н.А. Причины появления доверительной собственности в Англии и доверительного управления в России: историко-правовые аспекты 44

Природопользование и региональная экономика

- Брюханова В.Б. Сущность регулирования пространственного развития региона 47
- Рубцова Л.Н. Направления повышения эффективности использования ресурсного потенциала региона 51

Contents

TECHNICAL SCIENCES

Machine Building and Engineering

- Davydov A.M., Kirpichnikov V.P.** Statistical Analysis of Allocating Prohibitive Temperatures in Working Areas of Electric Frying Pans..... 5

Information Science, Computer Engineering and Management

- Kovalenko T.A.** Analysis of Computer Simulation for Processing, Transmitting and Receiving Information 10
- Rustamov Ya.I., Kasumov A.B.** Analysis of Reliability of Control Device in the Switching System 13

ECONOMIC SCIENCES

Economics and Management

- Kovaleva A.E.** Cluster Management in the Agricultural Sector of Economy in Conditions of Investment Instability 19
- Litvinova A.G.** Forms and Methods of Management in Small Business 23

Management and Marketing

- Chernyavskaya Yu.A.** Directions and Forms of Marketing and Their Adaptation to Changing Economic Conditions 27
- Shamlikashvili Ts.A., Kharitonov S.V., Pchelintseva D.N.** The Effect of Demonstration of Hostility by Parties on the Dynamics of Its Settlement 33

Economics and Law

- Baranova S.A.** System of Federal Executive Authorities in Germany 41
- Novikova N.A.** Causes of Origins of Trust Ownership in England and Trust Management in Russia: Historical and Legal Aspects 44

Nature and Regional Economy

- Bryukhanova V.B.** The Essence of Regulation of Spatial Development of the Region 47
- Rubtsova L.N.** To More Efficient Use of Recourse Potential of the Region 51

УДК 641.53

*А.М. ДАВЫДОВ, В.П. КИРПИЧНИКОВ**ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва*

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ОБРАБОТКА РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ГРАНИЦ НЕДОПУСТИМЫХ ТЕМПЕРАТУР В РАБОЧЕЙ ЗОНЕ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СКОВОРОД

Ключевые слова: температурные поля рабочей зоны; тепловое воздействие на человека.

Аннотация: В работе представлены результаты математической обработки исследований температурных полей рабочих зон электрических сковород предприятий общественного питания.

В настоящее время на предприятиях общественного питания и пищевой промышленности для обработки сырья, в частности для его жарки непосредственно на нагретой поверхности, применяются в основном электрические сковороды. В некоторых специфических случаях используются конвейерные жарочные машины, а также плиты и специальные аппараты для непосредственной жарки (открытые сковороды – «жарочные поверхности», аппараты для двусторонней жарки – «контактные грили») [2]. Поэтому нами в качестве объекта исследования были выбраны электрические сковороды.

В связи с тем, что в последнее время общественное питание в нашей стране в основном перешло на работу с полуфабрикатами, продолжительность нахождения работника у теплового аппарата существенно возросла. Значительную часть рабочего времени работники горячего цеха проводят в непосредственной близости от теплового аппарата, находясь в его рабочей зоне. При этом они подвергаются интенсивному тепловому воздействию от разогретого воздушного потока, поднимающегося вверх, и лучистого потока инфракрасной энергии от разогретых поверхностей аппарата. Длительное воздействие тепловыделений от аппарата на организм человека в условиях горячих цехов приводит к серьезным заболеваниям [4].

Оптимальная рабочая зона у аппарата определяется по средним антропометрическим параметрам человека, т.е. средний рост человека и средняя длина его рук. Высота рабочей зоны, согласно ГОСТ 12.2.033-78 [1], около сковород составляет 1 800 мм, а глубина – 600–800 мм в зависимости от видов деятельности. В нашем случае при осуществлении технологического процесса, например, при укладке изделий или перемешивании в дальней части чаши, работник частично оказывается непосредственно над чашей сковороды (рис. 1).

Температура в рабочей зоне, интенсивность теплового облучения и продолжительность пребывания человека в зоне повышенных температур регламентируются нормативными документами [5], согласно которым температура в рабочей зоне не должна превышать 28 °С, а продолжительность пребывания в ней при повышенных температурах ограничена от 1 до 8 мин в зависимости от температуры воздуха в рабочей зоне [5].

На предприятиях общественного питания находится в эксплуатации большое количество различных типов электрических сковород отечественного и зарубежного производства. По конструктивному исполнению сковороды подразделяются на промышленные с рабочей камерой в виде чаши и открытые (у них жарочная поверхность имеет невысокий оградительный бортик или полностью его лишена). По организационно-технологическому признаку их можно классифицировать как сковороды периодического и непрерывного действия с непосредственным или косвенным обогревом, электрические или газовые. В основном сковороды бывают опрокидывающимися, для этого они снабжены механизмом поворота загрузочной чаши вокруг горизонтальной оси. В настоящее

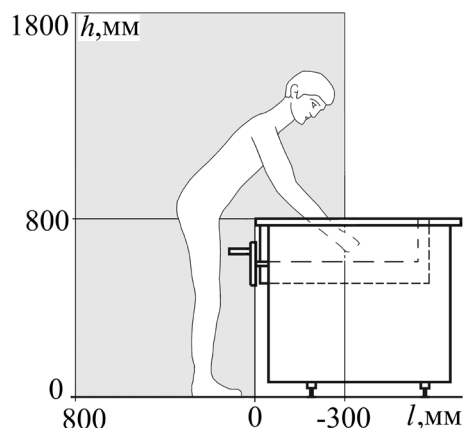


Рис. 1. Размеры рабочей зоны у сковороды: h – высота рабочей зоны; l – расстояние от передней кромки сковороды (глубина)

время на предприятиях общественного питания в основном используются электрические сковороды с непосредственным обогревом.

Все электрические сковороды с непосредственным обогревом имеют аналогичную конструкцию и отличаются друг от друга формой, размерами рабочей чаши и материалом, из которого она изготовлена, способом обогрева, а также мощностью нагревательных элементов и внешним оформлением.

В последнее время зарубежные фирмы стали производить сковороды, у которых рабочая чаша выполнена из листовой нержавеющей стали, обогреваемой тэнами (тигельная сковорода). Однако наибольшее распространение в общественном питании получили отечественные сковороды, представляющие собой прямоугольную чугунную чашу, облицованную стальными листами и установленную на двух тумбах [2].

Плиту для непосредственной жарки зарубежного производства иногда называют открытой сковородой, жарочной поверхностью или конфоркой. Жарочная поверхность плиты бывает гладкой, рифленой или комбинированной и может иметь хромированное покрытие, а также может быть изготовлена из чугуна, полированной стали или керамики.

Соответственно, в качестве объекта исследования нами были выбраны сковороды следующих типов: сковорода отечественного производства, электрическая секционная модулированная СЭСМ – 0,5, электрическая тигельная сковорода зарубежного производства ZANUSSI N900 и электрическая сковоро-

да зарубежного производства открытого типа ELECTROLUX Elco 900 как наиболее распространенные на предприятиях общественного питания.

Измерения температуры в рабочей зоне проводились при разогреве сковороды на максимальной мощности до установившейся температуры в плоскости, перпендикулярной фронтальной поверхности аппарата и проходящей по его оси симметрии, что соответствует наилучшим условиям труда в рабочей зоне аппарата. По результатам экспериментальных исследований, полученных с помощью самопишущего потенциометра типа КСП, составлены температурные сетки в рабочей зоне по каждому из рассматриваемых нами аппаратов [3].

При этом в помещении температура и влажность поддерживались в заданных пределах на уровне 800 мм от пола, температура поддерживалась в интервале 23–26 °С, влажность – 38–42 %.

С целью математической обработки полученных результатов представим на графике границы зоны недопустимых температур (28 °С) в координатах h , l и t по каждому из аппаратов. При этом h – высота рабочей зоны, мм; l – расстояние от аппарата, мм; t – температура воздуха в помещении, °С.

В результате математической обработки с помощью компьютерной программы *Microsoft Office Excel* полученные результаты могут быть аппроксимированы различными уравнениями, описывающими положение границы зоны недопустимых температур при различной температуре окружающей среды (на уровне 800 мм от пола). В ходе математической обработки экспериментальных данных было получено три уравнения различного типа с различной степенью сходимости. Аппроксимация велась по экспоненциальной, линейной и полиномиальной зависимостям. Обусловлено это тем, что четкая граница зоны недопустимых температур не может быть проведена, т.к. она занимает определенную область, где температура в различных точках одинаковая. Соответственно, различные уравнения для границы зоны предельно недопустимых температур дают ее описание с различной точностью охвата всех точек (рис. 2). При этом для каждого типа сковород максимальной установившаяся температура на конфорках – величина постоянная.

Аппроксимация экспериментальных данных границы зоны недопустимых температур

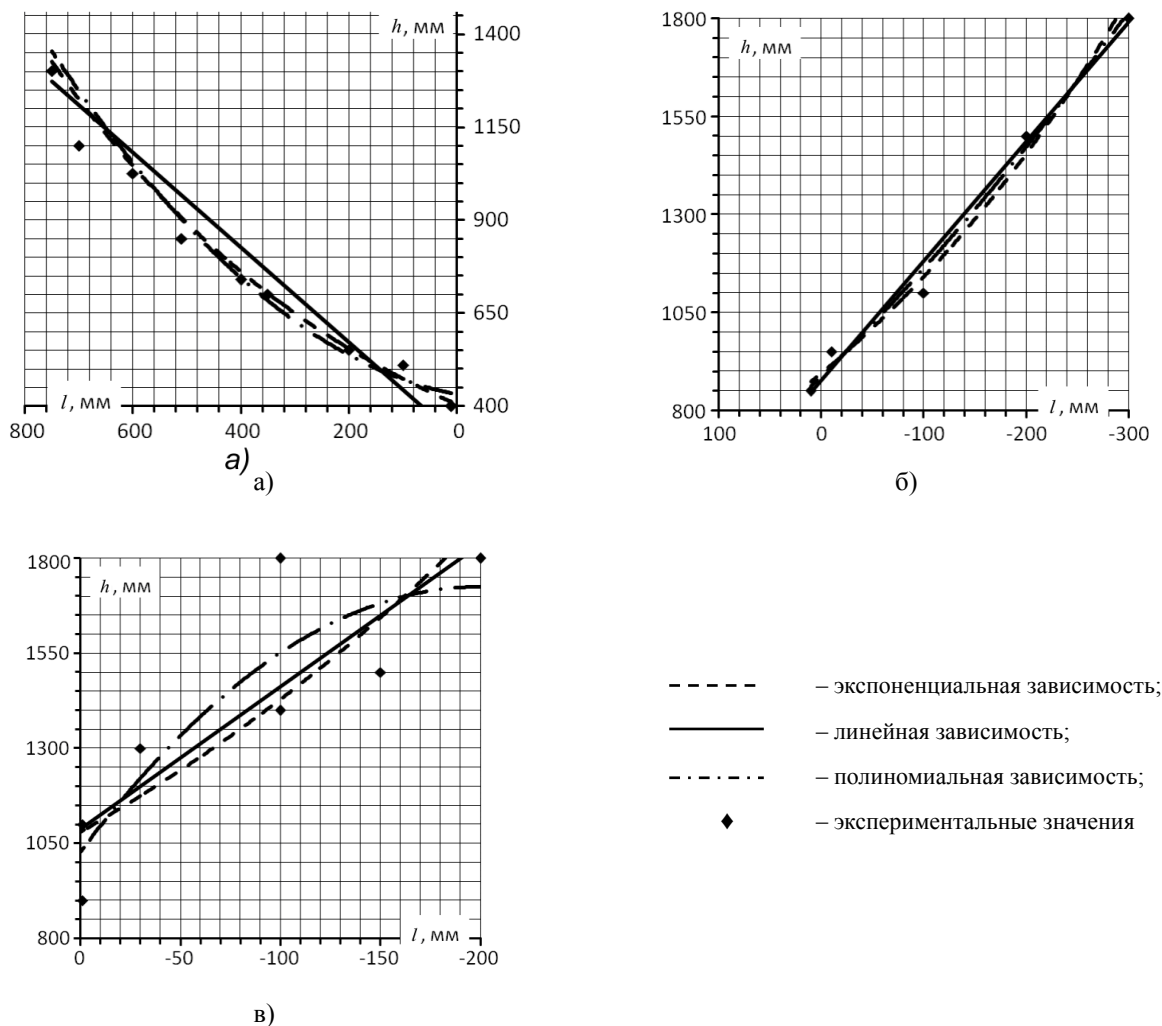


Рис. 2. Границы зон недопустимых температур сковород, при их работе на полную мощность: а) – СЭСМ – 0,5; б) – ZANUSSI N900; в) – ELECTROLUX Elco 900

сковороды СЭСМ – 0,5, представленных на рис. 2а, получена в виде экспоненциальной, линейной и полиномиальной зависимости:

$$h = 411,67e^{0,0017l} + 206,43(24 - t); \quad (1)$$

$$h = 1,3878l + 340,39 + 216,77(24 - t); \quad (2)$$

$$h = 0,0024l^2 + 1,0356l + 312,5. \quad (3)$$

При этом сходимость результатов составляет 79,31 %, 69,1 % и 85,44 % соответственно. В этом случае аппроксимирующая полиномиальная зависимость (3) дает более точный результат при расчете границы зоны недопустимых температур для сковороды СЭСМ – 0,5 при ее работе на полную мощность.

Аппроксимация экспериментальных данных для сковороды ZANUSSI N900, представленных на рисунке 2б, получена в виде экспоненциальной, линейной и полиномиальной зависимости:

$$h = 889,77e^{-0,002l} + 109,34(24 - t); \quad (4)$$

$$h = -2,8694l + 867,41 + 146,07(24 - t); \quad (5)$$

$$h = 0,0047l^2 - 1,6061l + 896,16 + 1,41(24 - t). \quad (6)$$

При этом сходимость результатов составляет 96,69 %, 94,6 % и 96,5 % соответственно. В этом случае аппроксимирующая экспоненциальная зависимость (4) дает более точный результат при расчете границы зоны недопусти-

мых температур для сковороды *ZANUSSI N900* при ее работе на полную мощность.

Аппроксимация экспериментальных данных для сковороды *ELECTROLUX Elco 900*, представленных на рисунке 2в, получена в виде следующих зависимостей:

$$h = 1079,7e^{-0,003l} + 200,7(24-t); \quad (7)$$

$$h = -3,7472l + 1088,4 + 258,0(24-t); \quad (8)$$

$$h = -0,0175l^2 - 6,9812l + 1028,2 + 93,9(24-t). \quad (9)$$

При этом сходимость результатов составляет 71,62 %, 72,3 % и 77,65 % соответственно. В этом случае аппроксимирующая полиномиальная зависимость (9) дает более точный результат при расчете границы зоны недопустимых температур для сковороды *ELECTROLUX Elco 900* при ее работе на полную мощность.

Сравнивая характер температурных полей над рабочими поверхностями рассмотренных сковород (*СЭСМ – 0,5* и *ZANUSSI N900*) (рис. 2а, 2б), можно сказать, что температурные поля над рабочей поверхностью значительно различаются. У сковороды *СЭСМ – 0,5* (рис. 2а) температура воздуха непосредственно около чаши выше, а область недопустимых температур сдвинута в сторону ног человека, по мере удаления температура снижается более интен-

сивно, чем у тигельной сковороды. Температурное поле у тигельной сковороды *ZANUSSI N900* более благоприятно для работы человека.

В сравнении со сковородой с чугунной чашей температурное поле открытой сковороды существенно отличается, оно аналогично температурному полю тигельной сковороды. Температурное поле над рабочей поверхностью открытой сковороды имеет вертикально вытянутый характер, а температура воздуха при удалении от рабочей поверхности изменяется менее интенсивно, чем у сковороды с чугунной чашей. Тем самым, температурное поле рабочей зоны открытой сковороды более благоприятно для работы человека, чем температурное поле рабочей зоны сковороды с чугунной чашей.

В результате экспериментальных исследований установлены пространственные границы зоны недопустимых температур для основных типов электрических сковород, используемых в предприятиях общественного питания.

Результаты проведенных исследований могут быть использованы при составлении технических паспортов на электрические сковороды, организации рабочих мест и технологических процессов, а также при разработке нормативной документации на условия труда и отнесение работы у электрических сковород к вредному производству.

Список литературы

1. ГОСТ 12.2.033-78 «Рабочее место при выполнении работы стоя».
2. Кирпичников, В.П. Оборудование предприятий общественного питания. Ч. 2. Тепловое оборудование : учебник для студентов высших учебных заведений / В.П. Кирпичников, М.И. Ботов. – М. : Академия, 2010. – 496 с.
3. Кирпичников, В.П. Анализ температурных полей рабочей зоны тепловых аппаратов / В.П. Кирпичников, А.М. Давыдов // Мясная индустрия. – М. : Мясная индустрия, 2009. – № 12. – 73 с.
4. Козлов, Н.Б. Медико-биологические аспекты действия на организм высокой внешней температуры / Н.Б. Козлов // Сборник научных трудов. – Смоленск : СГМИ, 1989. – 100 с.
5. Санитарные правила и нормы СанПиН 2.2.4.548-96 «Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений». – М. : Информационно-издательский центр Минздрава России, 2001. – 20 с.
6. Кирпичников, В.П. Температурные поля рабочей зоны электроплит предприятий общественного питания / В.П. Кирпичников, А.М. Давыдов // Наука и устойчивое развитие общества. Наследие В.И. Вернадского. – 2009. – № 9. – С. 294–303.
7. Кирпичников, В.П. Математическая обработка распределения границ недопустимых температур в рабочей зоне кухонных электроплит / В.П. Кирпичников, А.М. Давыдов // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2013. – № 5(59). – С. 68–73.
8. Кирпичников, В.П. Исследование влияния тепловыделений от фритюрницы на работающего на ней человека / В.П. Кирпичников, А.М. Давыдов // Инновации: перспективы, проблемы, достиже-

ния : материалы III международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 460–464.

9. Koroleva, E.I. On the question of dried crackers / E.I. Koroleva, V.R. Agabekova // *Инновации: перспективы, проблемы, достижения* : материалы III международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 220–227.

10. Зиборов, Д.М. Обоснование методики расчета теплотехнических характеристик перспективных универсальных теплоносителей / Д.М. Зиборов // *Наука и бизнес: пути развития*. – М. : ТМБпринт. – 2014. – № 10. – С. 33–37.

References

1. GOST 12.2.033-78 «Rabochee mesto pri vypolnenii raboty stoja».
2. Kirpichnikov, V.P. Oborudovanie predpriyatij obshhestvennogo pitaniya. Ch. 2. Teplovoe oborudovanie : uchebnik dlja studentov vysshih uchebnyh zavedenij / V.P. Kirpichnikov, M.I. Botov. – М. : Akademija, 2010. – 496 s.
3. Kirpichnikov, V.P. Analiz temperaturnyh polej rabochej zony teplovyh apparatov / V.P. Kirpichnikov, A.M. Davydov // *Mjasnaja industrija*. – М. : Mjasnaja industrija, 2009. – № 12. – 73 s.
4. Kozlov, N.B. Mediko-biologicheskie aspekty dejstvija na organizm vysokoj vneshej temperatury / N.B. Kozlov // *Sbornik nauchnyh trudov*. – Smolensk : SGMI, 1989. – 100 s.
5. Sanitarnye pravila i normy SanPiN 2.2.4.548-96 «Gigienicheskie trebovanija k mikroklimatu proizvodstvennyh pomeshhenij». – М. : Informacionno-izdatel'skij centr Minzdrava Rossii, 2001. – 20 s.
6. Kirpichnikov, V.P. Temperaturnye polja rabochej zony jelektroplit predpriyatij obshhestvennogo pitaniya / V.P. Kirpichnikov, A.M. Davydov // *Nauka i ustojchivoe razvitie obshhestva. Nasledie V.I. Vernadskogo*. – 2009. – № 9. – S. 294–303.
7. Kirpichnikov, V.P. Matematicheskaja obrabotka raspredelenija granic nedopustimyh temperatur v rabochej zone kuhonnyh jelektroplit / V.P. Kirpichnikov, A.M. Davydov // *Vestnik Rossijskogo jekonomicheskogo universiteta imeni G.V. Plehanova*. – 2013. – № 5(59). – S. 68–73.
8. Kirpichnikov, V.P. Issledovanie vlijanija teplovydelenij ot fritjurnicy na rabotajushhego na nej cheloveka / V.P. Kirpichnikov, A.M. Davydov // *Innovacii: perspektivy, problemy, dostizhenija* : materialy III mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – 2015. – S. 460–464.
9. Koroleva, E.I. On the question of dried crackers / E.I. Koroleva, V.R. Agabekova // *Innovacii: perspektivy, problemy, dostizhenija* : materialy III mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – 2015. – S. 220–227.
10. Ziborov, D.M. Obosnovanie metodiki rascheta teplotehnicheskikh harakteristik perspektivnyh universal'nyh teplonositelej / D.M. Ziborov // *Nauka i biznes: puti razvitija*. – М. : ТМБпринт. – 2014. – № 10. – S. 33–37.

A.M. Davydov, V.P. Kirpichnikov
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

Statistical Analysis of Allocating Prohibitive Temperatures in Working Areas of Electric Frying Pans

Keywords: temperature fields; thermal effect on humans.

Abstract: The article represents the research findings of temperature fields in working areas of electric frying pans in catering industry.

© А.М. Давыдов, В.П. Кирпичников, 2016

УДК 378.046.2

Т.А. КОВАЛЕНКО

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики», г. Самара

АНАЛИЗ ПРОЦЕССА КОМПЬЮТЕРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ПЕРЕДАЧИ И ПРИЕМА ИНФОРМАЦИИ

Ключевые слова: информационные системы; информация; кодирование; компьютерное моделирование; модель.

Аннотация: В статье рассматривается вопрос моделирования применительно к обработке и приему цифровой информации. Как пример берется модель кодека *BCH*. Моделирование производится с помощью программы *Matlab*.

Компьютерное моделирование является эффективным методом решения задач анализа и синтеза сложных систем. Построение моделей приближенных размышлений человека и использование их в компьютерных системах представляет сегодня одну из важнейших проблем науки [1]. Методологической основой компьютерного моделирования является системный анализ, именно поэтому в ряде источников наряду с термином «компьютерное» используется термин «системное моделирование» [2].

Моделирование – это один из основных методов исследований в областях знаний, инженерной деятельности, проектирования сложных систем. Компьютерное моделирование используется для принятия решений в различных сферах деятельности. С учетом использования новой информационной технологии в процессе моделирования следует учитывать особенности построения самой модели и системы управления. Когда речь заходит о наглядности, можно с уверенностью сказать, что необходим объект, который мы могли бы рассмотреть со всех сторон. Такую возможность нам представляют программы, направленные на моделирование разных процессов, происходящих в природе или при работе устройств [3]. Мы остановимся на программе *Matlab*.

Разберем пример моделирования обработки, передачи и приема цифровой информации. При таком процессе необходимо определить ошибки и исправить их, а также следует решить ряд задач:

- минимизировать ширину спектра сигнала, полученного в результате кодирования, и мощность передатчика;
- обеспечить синхронизацию между передатчиком, приемником, а также устойчивость к шумам;
- обнаруживать и по возможности исправлять битовые ошибки.

Выполним моделирование кодека *BCH* (5,15) без ошибок и с разной кратностью ошибок $T_1 = 4$, $T_2 = 5$ (рис. 1).

В имитационную модель входят следующие составляющие:

- источник данных, генератор случайных двоичных чисел – *Bernoulli Binary-Integer*, вырабатывающий случайные биты, выход генератора делается в виде кадра из $K = 5$ отсчетов;
- кодер *BCH – DCU encoder* по сообщению K формирует передаваемый код V ; зададим $N = 15$, $K = 5$;
- умножитель *Gain* имитирует ошибки в канале связи;
- декодер *BCH – BCH decoder* имеет два выхода: верхний – декодированное сообщение, нижний – кратность исправленных ошибок;
- блок *Sum*, в нем сравниваются исходное и декодированное сообщение;
- блоки *Unbuffer* преобразуют кадры в линейные последовательности, направляемые к виртуальному 2-входовому наблюдателю *Scope*;
- наблюдатель *Scope* позволяет в общем масштабе времени наблюдать сигналы от блоков *Buffer*.

Результат моделирования представлен на

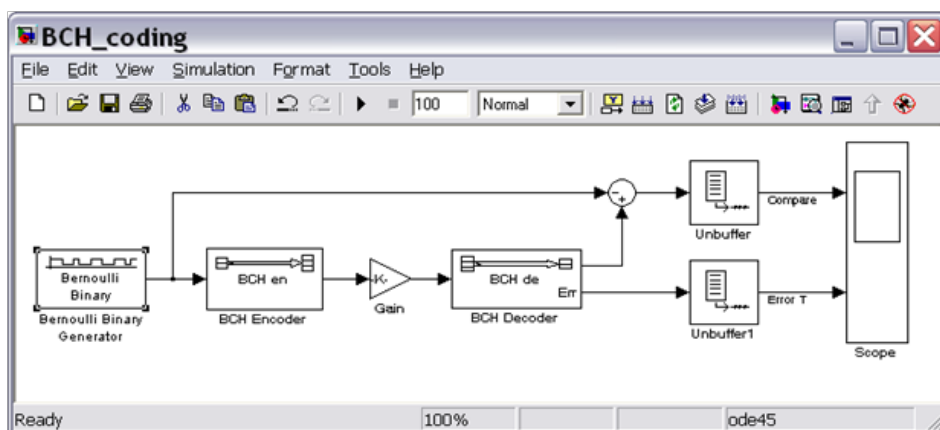


Рис. 1. Имитационная модель кодека BCH

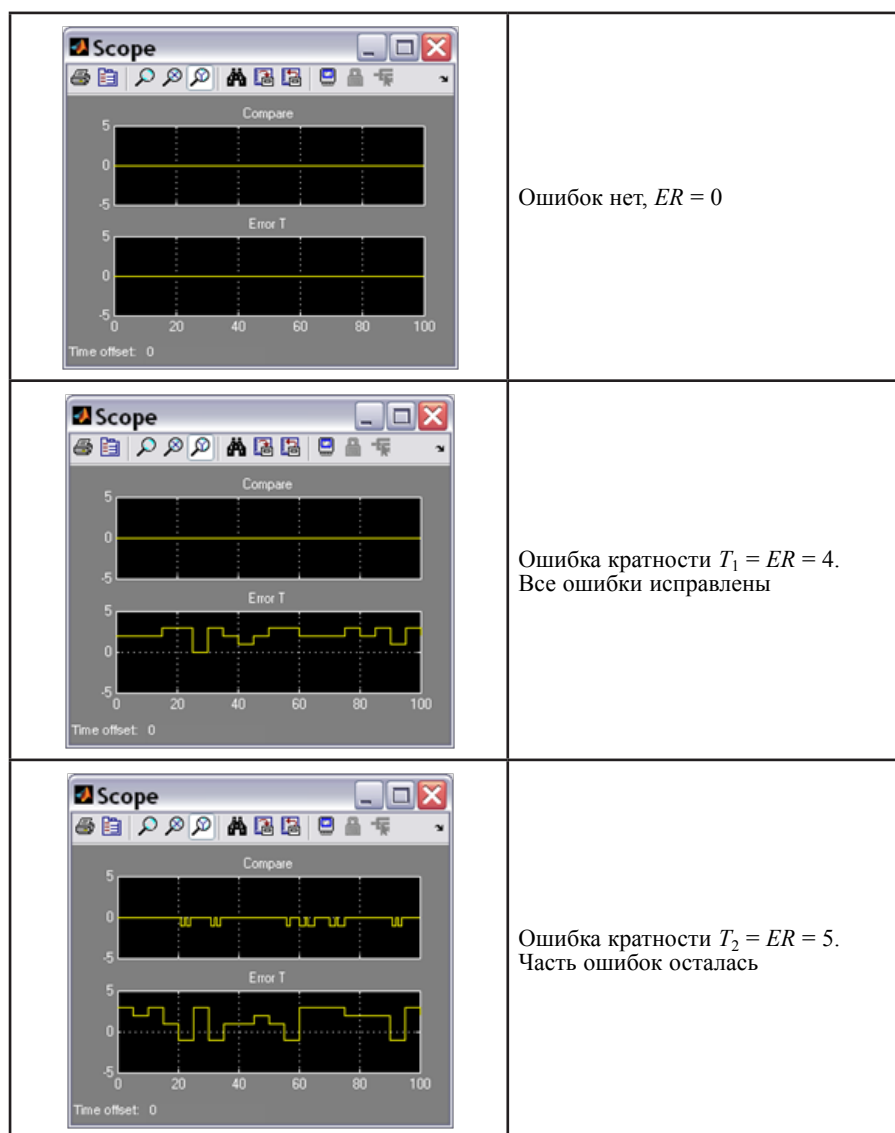


Рис. 2. Процесс моделирования с разной кратностью ошибок [5]

рис. 2.

В итоге мы можем просмотреть, как изменится график, и проанализировать сам процесс. Моделирование, несомненно, помогает нам в этом. С помощью компьютерного моделирования мы можем увидеть, что мы создаем и как это работает в различных ситуациях. В век

рыночных отношений фактор ускорения и удешевления цикла разработки, анализа полученных данных становится первостепенной проблемой. Это становится противоречием между требованиями рынка и способами разработки. Компьютерное моделирование – это один из выходов в создавшейся ситуации.

Список литературы

1. Коваленко, Т.А. Модель введения гибридной системы в маршрутизатор / Т.А. Коваленко // Перспективы науки. – Тамбов : ТМБпринт. – 2011. – № 11(26). – С. 106–108.
2. Коваленко, Т.А. Автоматизация обработки данных с помощью нейронных сетей / Т.А. Коваленко // Сборник научных трудов Sword. Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития. Том 5. Технические науки. – Одесса, 2013. – С. 89–92.
3. Коваленко, Т.А. Моделирование как один из способов визуализации процесса обучения / Т.А. Коваленко // Наука и Мир. – 2015. – Т. 2. – № 2(18). – С. 120–122.
4. Hunt, B.R. MATLAB R2007 с нуля! / B.R. Hunt. – М. : Лучшие книги, 2008. – 352 с.
5. Акчурин, Э.А. Методические указания к лабораторным работам по дисциплине «Моделирование систем» / Э.А. Акчурин, Т.А. Коваленко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : ivt.psuti.ru/files/ModSyst/LR_ModSys_Akchurin_2010.pdf.

References

1. Kovalenko, T.A. Model' vvedeniya gibridnoj sistemy v marshrutizator / T.A. Kovalenko // Perspektivy nauki. – Tambov : TMBprint. – 2011. – № 11(26). – S. 106–108.
2. Kovalenko, T.A. Avtomatizacija obrabotki dannyh s pomoshh'ju nejronnyh setej / T.A. Kovalenko // Sbornik nauchnyh trudov Sword. Nauchnye issledovaniya i ih prakticheskoe primenenie. Sovremennoe sostojanie i puti razvitija. Tom 5. Tehnicheskie nauki. – Odessa, 2013. – S. 89–92.
3. Kovalenko, T.A. Modelirovanie kak odin iz sposobov vizualizacii processa obuchenija / T.A. Kovalenko // Nauka i Mir. – 2015. – T. 2. – № 2(18). – S. 120–122.
4. Hunt, B.R. MATLAB R2007 s nulja! / B.R. Hunt. – M. : Luchshie knigi, 2008. – 352 s.
5. Akchurin, Je.A. Metodicheskie ukazaniya k laboratornym rabotam po discipline «Modelirovanie sistem» / Je.A. Akchurin, T.A. Kovalenko [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : ivt.psuti.ru/files/ModSyst/LR_ModSys_Akchurin_2010.pdf.

T.A. Kovalenko

Volga State University of Telecommunications and Informatics, Samara

Analysis of Computer Simulation for Processing, Transmitting and Receiving Information

Keywords: model; information; information systems; coding; computer simulation.

Abstract: The article discusses the issue of modeling in relation to processing and reception of digital information. The model of BCH codec is used as an example. The simulation is performed using Matlab.

© Т.А. Коваленко, 2016

УДК 193.56

Я.И. РУСТАМОВ, А.Б. КАСУМОВ

*Институт систем управления Национальной академии наук Азербайджана, г. Баку
(Азербайджанская Республика)*

АНАЛИЗ НАДЕЖНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕГО УСТРОЙСТВА В КОММУТАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ

Ключевые слова: вероятность; коммутационная система; модель управления; надежность управляющего устройства; произвольное распределение; резервированная система; экспоненциальный закон распределения.

Аннотация: В статье получены переходные и финальные вероятности вложенной цепи Маркова коммутационной системы с ненадежным управляющим устройством. Получена оценка времени установления соединения в коммутационной системе для ненадежных управляющих устройств в случае, когда время безотказной работы имеет произвольные распределения.

Заметим, что во многих работах исследована дублированная и резервированная система с ненагруженным и нагруженным резервом, с ненадежным переключающим устройством. Однако в случае нагруженного резерва и произвольного распределения времени безотказной работы элементов и устройств в настоящее время еще не разработан аналитический аппарат точного решения задачи [2–10].

Ранее решались актуальные вопросы теории резервированной системы с произвольным распределением времени безотказной работы, не привязываясь к конкретной технической системе, в т.ч. в технике связи. Одной из важных областей техники связи является автоматическая коммутация. В настоящее время для передачи распределения различного вида информации широко применяются коммутационные системы, которые различаются типом процесса коммутации в зависимости от порядка поступления информации на вход системы и порядка окончания соединений. Среди них представляют интерес коммутационные системы с разовой коммутацией. В зависимости от области применения систем разовой коммуникации к ним могут предъявляться разные требования. Одним из основных требований, предъявляемых к коммутационным системам, является высокая надежность, т.к. они предназначены для длительной и непрерывной работы. Управление процессом установления соединений в коммуникационной системе осуществляется управляющим устройством (УУ).

Известно, что многие технологические системы, работающие под контролем управляющих устройств, состоят из двух (иногда более) однотипных (одинаковых) частей. В этом случае вместо общего УУ, обеспечивающего работу системы в целом, может быть использована такая модель управления, при которой каждая часть системы содержит свое УУ. Модель управления сперва была исследована в [10] для случая, когда время безотказной работы УУ и время их восстановления описаны экспоненциальным законом распределения, а затем, если время восстановления может считаться вполне удовлетворительным, для времени безотказной работы в разные «периоды жизни» УУ (приработка, эксплуатация, старение) требуются более сложные описания.

Имеется дублированная система, которая состоит из двух однотипных элементов. Один из них находится в основном соединении, а другой в нагруженном резерве. Эти элементы представляют собой УУ и обозначаются через УУI и УУII. Указанные элементы обслуживают коммутационные подсистемы КСИ и КСИI. Имеется N датчиков, с которых надо снимать показания, причем интервал между моментами, когда показания готовы по каждому датчику, распределен по экспоненциальному закону параметром λ , т.е. можно считать, что N датчиков генерируют пуассоновский поток 2-го

рода. Информация с датчиков поступает пачками на обслуживание. Очередная пачка требований попадает на обслуживание сразу после того, как полностью закончится обслуживание всех требований предыдущей пачки. Количество требований в каждой пачке представляет собой случайную величину.

В начале обслуживания работает одно из УУ, например УУI, а второе УУ ждет. Через постоянное время C в работу включается УУII. Оба УУ одновременно заканчивают обслуживание. Время их совместной работы пропорционально количеству требований в пачке, т.е. равно kv , где v – количество требований в пачке, а k – время установления соединения для одного требования. После установления всех соединений начинается разговор. Каждое требование занимает одну линию для разговора. Время обслуживания состоит из времени установления соединений и времени разговора. Времена разговоров являются случайными величинами. Обозначим их через $\xi_1 \dots \xi_N$. Длительности разговоров по разным линиям независимы и распределены по экспоненциальному закону с параметром μ (число линий равно N).

Оба УУ могут выходить из строя только во время работы, которая заключается в установлении соединений. Если одно из УУ отказало, то второе УУ работает больше на время, которое отказавшее УУ не доработало. Время безотказной работы каждого элемента в данном цикле установления соединений имеет произвольное распределение $F(x)$, не зависящее от предыдущей работы по установлению соединений. Время восстановления УУ распределено по экспоненциальным законам с параметром β . Все разговоры в данной пачке начинаются одновременно и идут параллельно по своим линиям. Требуется определить увеличение времени установления соединений при совместной работе УУ при заданных выше условиях с учетом их надежности по сравнению со случаем, когда УУI и УУII абсолютно надежны. Для решения поставленной задачи необходимо найти распределения числа требований в системе и числа исправных УУ в момент начала обслуживания пачки требований в стационарном режиме. Нахождение этих характеристик производится с помощью метода вложенной марковской цепи. Введем марковскую цепь следующим образом.

Пусть t_1, \dots, t_n, \dots – момент начала обслуживания. Тогда последовательность $\{v(t_i), \chi(t_i)\}$, где $v(t_i)$ – величина пачки в момент начала обслуживания t_i , $\chi(t_i)$ – состояние УУ в момент начала обслуживания образует марковскую цепь в силу наших предположений о виде законов распределения [1–3]:

$$\chi(t_i) = \begin{cases} 0, & \text{если оба УУ исправны,} \\ 1, & \text{если одно из УУ неисправно.} \end{cases}$$

Найдем переходные вероятности для этой марковской цепи. По определению $P_{(i,k)(j,l)} = P\{v(t_{n+1}) = j, \chi(t_{n+1}) = l / v(t_n) = i, \chi(t_n) = k\}$, ($k, l = 0, 1$).

Так как цепь однородна во времени, то переходные вероятности не зависят от n . Найдем формулы для этих переходных вероятностей в предположении, что $F(ki)$ мало, а также мало $F(kiN)$. Рассмотрим вероятность $P_{(i,0)(j,0)}$. При переходе $(i,0) \rightarrow (j,0)$ могут быть два случая.

1. За время установления соединений ki оба УУ не отказали, вероятность этого равна $[F(ki)]^2$.

2. За время установления соединений ki одно из УУ отказало, вероятность этого равна $2F(ki)(1 - F(ki))$. Для первого случая длительность обслуживания (т.е. установления соединения и разговора) равна $ki + c + \max(\xi_1, \dots, \xi_i)$, как следует из постановки задачи, длительность установления соединений равна $ki + c$, а длительность общего разговора равна $\max(\xi_1, \dots, \xi_i)$. Тогда математическое ожидание вероятности того, что за время t возникает j требований в датчиках и не будет отказов УУ, равно:

$$MC_N^j \left(1 - e^{-\lambda(ki + c + \max(\xi_1, \dots, \xi_i))}\right)^j e^{-\lambda(N-j)(ki + c + \max(\xi_1, \dots, \xi_i))} [F(ki)]^2.$$

Для второго случая длительность обслуживания равна $ki + c + \max(\xi_1, \dots, \xi_i) + \zeta'$, где ζ' – интервал времени, который не доработало отказавшее УУ. В этом случае длительность установления соединений равна $ki + c + \zeta'$, как следует из постановки задачи, длительность общего разговора равна $\max(\xi_1, \dots, \xi_i)$. Для того чтобы было состояние $(j, 0)$, неисправное УУ за время

$2\zeta' + \max(\xi_1, \dots, \xi_i)$ должно восстановиться, вероятность этого равна $1 - e^{-\beta(2\zeta' + \max(\xi_1, \dots, \xi_i))}$.

Вероятность наличия двух и более отказов есть величина пренебрежимо малая. Будем обозначать ее через $O(F(ki))$. Тогда математическое ожидание вероятности того, что за время обслуживания возникает j требований в датчиках и в момент начала обслуживания следующей пачки будет состояние $(j, 0)$, равно:

$$MC_N^j \left(1 - e^{-\lambda(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+\zeta')}\right)^j e^{-\lambda(N-j)(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+\zeta')} \left(1 - e^{-\beta(2\zeta'+\max(\xi_1, \dots, \xi_i))}\right) 2F(ki)I(A), \quad \zeta' > 0,$$

где $I(A)$ – индикатор события A .

Объединив оба случая для $P_{(i,0)(j,0)}$, после несложных преобразований получим [8–9]:

$$\begin{aligned} P_{(i,0)(j,0)} &= MC_N^j \left(1 - e^{-\lambda(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i))}\right)^j e^{-\lambda(N-j)(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i))} [F(ki)]^r + MC_N^j \left(1 - e^{-\lambda(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+\zeta')}\right) \times \\ &\times e^{-\lambda(N-j)(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+\zeta')} \left(1 - e^{-\beta(2\zeta'+\max(\xi_1, \dots, \xi_i))}\right) 2F(ki)I(\zeta' > 0) + O(F(ki)) = C_N^j \int_0^\infty [F(ki)]^2 \times \\ &\times \left(1 - e^{-\lambda(ki+c+x)}\right)^j e^{-\lambda(N-j)(ki+c+x)} d(1 - e^{-\mu x})^i + \int_0^{ki} 2[1 - F(ki)] f(x) MC_n^j \left(1 - e^{-\lambda(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+ki-x)}\right)^j \times \\ &\times e^{-\lambda(N-j)(ki+c+\max(\xi_1, \dots, \xi_i)+ki-x)} \left(1 - e^{-\beta(2(ki-x)+\max(\xi_1, \dots, \xi_i))}\right) dx + O(F(ki)), \end{aligned} \quad (1)$$

где $f(x)$ – плотность распределения времени безотказной работы УУ.

В (1) в интегральном выражении имеется $d\left(1 - e^{-\mu x}\right)^i$. После дифференцирования оно получит следующий вид: $d\left(1 - e^{-\mu x}\right)^i = i\mu e^{-\mu x} \left(1 - e^{-\mu x}\right)^{i-1} dx$. Применяя для выражений $\left(1 - e^{-\lambda(ki+c+x)}\right)^j$ и $\left(1 - e^{-\mu x}\right)^{i-1}$ известную формулу Ньютона, запишем:

$$\left(1 - e^{-\lambda(ki+c+x)}\right)^j = \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} C_j^l e^{-\lambda(j-l)(ki+c+x)}, \quad \left(1 - e^{-\mu x}\right)^{i-1} = \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m e^{-\mu(i-m-1)x}.$$

Подставляя эти выражения в (1), получим:

$$\begin{aligned} P_{(i,0)(j,0)} &= 2i\mu C_N^j \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} C_j^l e^{-\lambda(N-l)(2ki+c)} \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m [1 - F(ki)] \left[\frac{1}{\lambda(N-l) + \mu(i-m)} \times \right. \\ &\times \int_0^{ki} f(x) e^{\lambda(N-l)x} dx - \frac{e^{-2\beta ki}}{\lambda(N-l) + \mu(i-m) + \beta} \int_0^{ki} f(x) e^{(2\beta + \lambda(N-l))x} dx \left. \right] + i\mu [F(ki)]^2 C_N^j \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} \times \\ &\times C_j^l e^{-\lambda(N-l)(ki+c)} \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m \frac{1}{\lambda(N-l) + \mu(i-m)} + O[F(ki)]. \end{aligned} \quad (2)$$

Аналогичным образом определяем остальные вероятности:

$$\begin{aligned} P_{(i,1)(j,0)} &= i\mu [1 - F(2ki)] C_N^j \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} C_j^l e^{-\lambda(N-l)(ki+c)} \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m \times \\ &\times \left[\frac{1}{\lambda(N-l) + \mu(i-m)} - \frac{e^{-\beta(2ki+c)}}{\lambda(N-l) + \mu(i-m) + \beta} \right] + O(1); \end{aligned} \quad (3)$$

$$P_{(i,1)(j,1)} = i\mu[1 - F(2ki)] C_N^j \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} e^{-\beta(\beta+\lambda(N-l))(2ki+c)} \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m \frac{1}{\lambda(N-l) + \mu(i-m) + \beta} + O(1); \quad (4)$$

$$P_{(i,0)(j,1)} = 2i\mu[1 - F(ki)] C_N^j \sum_{l=0}^j (-1)^{(j-l)} C_j^l e^{-[\lambda(N-l)(2ki+c)+2\beta ki]} \sum_{m=0}^{i-1} (-1)^{(i-m-1)} C_{i-1}^m \frac{1}{\lambda(N-l) + \mu(i-m) + \beta} + \int_0^{ki} f(x) e^{[\lambda(N-l)+2\beta]x} dx + O(F(ki)). \quad (5)$$

Найдем переходные вероятности вложенной марковской цепи. Для определения финальных вероятностей марковской цепи используются известные уравнения Чэпмена–Колмогорова [2; 4–5]:

$$\sum_{i=1}^N \sum_{k=0}^1 P_{(i,k)} P_{(i,k)(j,l)} = P_{(j,l)}, \quad (j = 0, 1). \quad (6)$$

Система уравнений (6) решается обычным образом. Для определения в общем случае математического ожидания увеличения времени установления соединений поступаем следующим образом. В состоянии $(i, 0)$ математическое ожидание увеличения времени установления соединений определяется выражением:

$$2F(ki)(1 - F(ki)) M\zeta' + O(F(ki)). \quad (7)$$

В состоянии $(i, 0)$ математическое ожидание увеличения времени установления соединений находится из выражения:

$$(1 - F(2ki))ki + O(1). \quad (8)$$

Формула для математического ожидания увеличения времени установления соединений имеет следующий вид:

$$MT_{y.b.} = \sum_{i=1}^N \left(2F(ki)(1 - F(ki)) M\zeta' + O(F(ki)) + \sum_{i=1}^N ((1 - F(2ki)) + O(1)) \right).$$

Таким образом, найдено математическое ожидание увеличения времени установления соединений в общем случае произвольного распределения времени безотказной работы УУ. Рассмотрим один частный случай, при котором конечные формулы являются простыми [6–7]. Сделаем следующие предположения:

- 1) длительность разговора постоянна и равна a ;
- 2) время установления соединений намного меньше, чем время разговора a , ($kN \ll a$), так что при расчете переходных вероятностей им можно пренебречь;
- 3) если одно УУ отказало, то к моменту начала обслуживания в следующей пачке оно восстанавливается;
- 4) вероятностью того, что за время установления соединений откажут оба УУ, пренебрегаем, т.е. она – $O(\alpha kN)$; тогда вероятность того, что в пачке в начале обслуживания будет i требований при условии, что в начале обслуживания имеется хотя бы одно требование, равна:

$$P_i = \frac{C_N^i (1 - e^{-\lambda a}) e^{-\lambda a(N-i)}}{1 - P_0},$$

где $P_0 = e^{-\lambda Na}$.

Формула для увеличения времени установления соединений выглядит следующим образом:

$$\Delta T_{\text{у.в.}} = 2 \sum_{i=1}^N P_i e^{-\alpha k i} (1 - e^{-\alpha k i}) M \zeta' \approx 2\alpha \sum_{i=1}^N P_i (k i)^2 + O\left(\max(\alpha k N, (k N)^2)\right).$$

После несложных преобразований получаем:

$$\Delta T_{\text{у.в.}} = \frac{2\alpha k^2}{1 - P_0} \left(N^2 (1 - e^{-\lambda a})^2 + N e^{-\lambda a} (1 - e^{-\lambda a}) \right) + O\left(\max(\alpha k N, (k N)^2)\right).$$

Таким образом, проведено исследование характеристик коммутационной схемы и найден главный член математического ожидания увеличения времени установления соединений по сравнению со случаем, когда УУ I и УУ II абсолютно надежны.

В статье рассмотрена дублированная система, которая состоит из двух однотипных УУ. Одно из них находится в основном соединении, а другое в нагруженном резерве. Оба УУ обслуживают коммутационные подсистемы КСИ и КСИ. На коммутационной системе из N датчиков поступает пачками пуассоновский поток 2-го рода, количество требований в каждой пачке представляет собой случайную величину. В начале обслуживания работает одно из УУ. Через постоянное время в работу включается второе УУ. Оба УУ одновременно заканчивают обслуживание. После установления всех соединений начинается разговор. Длительность разговоров распределена по экспоненциальному закону. Оба УУ могут выходить из строя только во время работы. Время безотказной работы имеет произвольное распределение. Определяется увеличение времени установления соединений при совместной работе УУ с учетом их надежности. Полученные результаты могут быть использованы при расчете надежности многих технических систем управления, в т.ч. в технике связи.

Список литературы

1. Гнеденко, Б.В. Введение в теорию массового обслуживания : 4 исп. изд. / Б.В. Гнеденко, И.Н. Коваленко. – М. : ЛКИ, 2007. – 397 с.
2. Соловьев, А.Д. О резервировании без восстановления / А.Д. Соловьев // Кибернетику – на службу коммунизму. – Энергия, 1964. – Т. 2.
3. Ивницкий, В.А. Системы обслуживания с ненадежным прибором и зависимыми параметрами / В.А. Ивницкий, А.Б. Касумов. – Баку : Элм, 1986. – 168 с.
4. Касумов, А.Б. Численные расчеты для среднего времени безотказной работы дублированной системы с ненадежным обслуживающим прибором / А.Б. Касумов // Информационные сети автоматическая коммутация. Тезисы докладов четвертого Всесоюзного совещания по информационным сетям (ВСИС-4). – М. : Наука, 1981.
5. Касумов, А.Б. Анализ надежности дублированной системы холодным резервом и переключателем НАН Азербайджана Ньютоновские системы в нефтегазовой отрасли / А.Б. Касумов // Материалы международной научной конференции, посвященной 85-летию юбилею академика А.Х. Мирзаджанзаде, 21–22 ноября 2013 г. – Баку, 2013. – С. 137–139.

References

1. Gnedenko, B.V. Vvedenie v teoriju massovogo obsluzhivaniya : 4 isp. izd. / B.V. Gnedenko, I.N. Kovalenko. – M. : LKI, 2007. – 397 s.
2. Solov'ev, A.D. O rezervirovanii bez vosstanovleniya / A.D. Solov'ev // Kibernetiku – na sluzhbu kommunizmu. – Jenergija, 1964. – T. 2.
3. Ivnickij, V.A. Sistemy obsluzhivaniya s nenadezhnym priborom i zavisimymi parametrami / V.A. Ivnickij, A.B. Kasumov. – Baku : Jelm, 1986. – 168 s.
4. Kasumov, A.B. Chislennye raschety dlja srednego vremeni bezotkaznoj raboty dublirovannoj sistemy s nenadezhnym obsluzhivajushhim priborom / A.B. Kasumov // Informacionnye seti avtomaticheskaja

kommutacija. Tezisy dokladov chetvertogo Vsesojuznogo soveshhanija po informacionnym setjam (VSIS-4). – M. : Nauka, 1981.

5. Kasumov, A.B. Analiz nadezhnosti dublirovannoj sistemy holodnym rezervom i pereklyuchatelem NAN Azerbajdzhana Nen'jutonovskie sistemy v neftegazovoj otrasli / A.B. Kasumov // Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, posvjashhennoj 85-letnemu jubileju akademika A.H. Mirzadzhanzade, 21–22 nojabrja 2013 g. – Baku, 2013. – S. 137–139.

Ya.I. Rustamov, A.B. Kasumov

Institute of Control Systems of the National Academy of Sciences of Azerbaijan, Baku (Azerbaijan)

Analysis of Reliability of Control Device in the Switching System

Keywords: reliability; probability; control device; switching systems; redundant systems; arbitrary distribution; control models; exponential distribution law.

Abstract: In this paper, we obtained transitional and final probabilities of the embedded Markov chain in the switching system with unreliable control device. An estimate of the connection time in the switching system is established for unreliable control devices in cases where uptime is arbitrary distribution.

© Я.И. Рустамов, А.Б. Касумов, 2016

УДК 338.24.01

А.Е. КОВАЛЕВА

ФГБОУ ВО «Смоленская государственная сельскохозяйственная академия», г. Смоленск

КЛАСТЕРНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ИНВЕСТИЦИОННОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Ключевые слова: аграрный сектор; инвестиции; кластер; кластерное управление; модель.

Аннотация: В статье проведен анализ по материалам Смоленской области и выявлены тенденции, влияющие на формирование аграрного кластера. Предлагается создание агрокластера, позволяющего интегрировать и оптимизировать производственные процессы и связи, повысить эффективность деятельности сельхозтоваропроизводителей.

Кластерное управление должно занимать одно из центральных мест в системе мер по выводу экономики сельского хозяйства из кризиса. Кластерный подход охватывает практически все сферы жизнедеятельности и производства, включая в себя самые разнообразные процессы, происходящие как в производственной, так и в непромышленной системах на базе достижений науки. Именно поэтому кластерное управление направлено на достижение положительного коммерческого результата на основе повышения эффективности производства.

Основными негативными тенденциями производства в Смоленской области являются сокращение посевных площадей, сокращение межрегиональных и межотраслевых связей, а также торговых связей со странами СНГ, падение уровня интенсивности производства зерна и уменьшение уровня самообеспеченности региона зерном, ухудшение финансового состояния сельскохозяйственных организаций, значительная продолжительность сроков согласования инвестиционных проектов в Минсельхозе России и сложная процедура оформления кредитов.

Анализ инвестиционного потенциала показал, что наибольший объем в структуре инвестиций в основной капитал по видам

экономической деятельности в 2014 г. занимали обрабатывающие производства – 28 %, на втором месте – производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 27 %, на третьем – транспорт и связь – 22 %. Заметим, что инвестирование в основной капитал практически отсутствует в сельскохозяйственной отрасли – 1,7 % (рис. 1).

По проведенной оценке современного состояния сельскохозяйственных товаропроизводителей можно отметить, что сельское хозяйство не занимает лидирующих позиций на агропродовольственном рынке. К 2015 г. по многим экономическим показателям, а именно прибыли, рентабельности и производительности, не достигнуты результаты 1990 г. [1; 3].

Сельскохозяйственные товаропроизводители в настоящее время не занимают лидирующих положений на потребительском рынке. Лидерами являются торговые организации и перерабатывающие предприятия [2; 4]. Как показал анализ, устойчивое положение сельскохозяйственные предприятия занимают только в тех случаях, когда имеют долгосрочные связи с перерабатывающими предприятиями или входят в ассоциации, сбытовые кооперативы и агрохолдинги.

В этой связи предлагаем проводить процесс формирования аграрного кластера в три этапа (рис. 2), каждый из которых будет решать определенный набор целей для развития сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Этап формирования механизма разработки и внедрения новых способов управления состоит из подготовительных планово-организационных мероприятий органов управления. Подготовительные мероприятия включают планирование производства товаров народного потребления, розничного товарооборота, товарных ресурсов и их распределение, составление заявок и заказов на производство, поставку то-

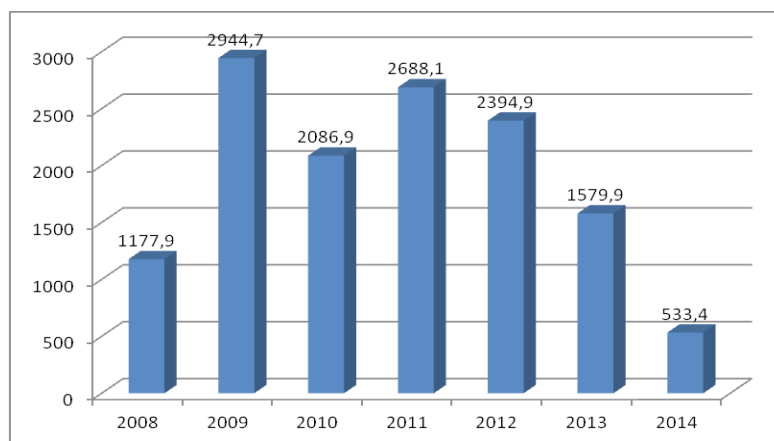


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал предприятий Смоленской области, млн руб.

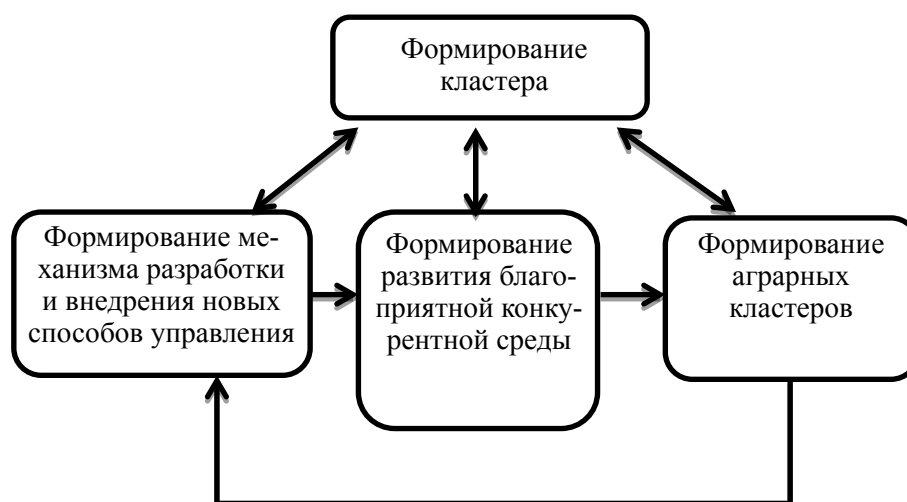


Рис. 2. Этапы формирования аграрного кластера

варов, изучение и определение источников и поставщиков – производителей товаров. Данный этап представляет собой принятие участвующими в них предприятиями взаимных обязательств, которые определяют их права и обязанности по поставкам товаров в форме различного рода договоров, контрактов, заключаемых между предприятиями.

Этап формирования и развития благоприятной конкурентной среды включает создание нормативно-правовой базы.

Этап формирования аграрного кластера – это внедрение кластерных инициатив и технологий.

Проведенные исследования показывают,

что сельхозтоваропроизводители самостоятельно не в состоянии выйти из кризисного состояния и только образование кластера приведет к повышению эффективности производства сельскохозяйственной продукции. В связи с этим развитие кластера в сфере сельского хозяйства должно основываться на следующих этапах.

1. Определение перечня организаций на федеральном и региональном уровнях (организаций, участвующих в разработке кластера).

2. Создание регионального фонда кластерного развития, который должен формироваться за счет денежных средств, выделяемых из бюджета страны, региона и страховых взносов сельскохозяйственных организаций (сельскохо-

зяйственного объединения), перерабатывающих предприятий и торговых организаций. Компенсационная часть, выделяемая на инновации из бюджета, должна составлять от 4 до 6 млн руб. ежегодно. В бюджетах регионов на развитие сельскохозяйственного производства необходимо выделять от 200 до 500 млн руб.

3. Создание системы информационно-методического и рекламного обеспечения сельскохозяйственных организаций через создание интернет-сайтов, выпуск информационно-методического и практического инновационного журнала.

4. Техническое перевооружение сельскохозяйственных товаропроизводителей.

5. Субсидирование процентных ставок по кредитам, льготное кредитование сельскохозяйственных товаропроизводителей через систему списания задолженностей по пени и штрафам с предприятий с низкой финансовой способностью.

6. Повышение финансовой устойчивости не только крупных форм сельскохозяйственных товаропроизводителей, но и повышение финансовой стабильности малых форм хозяйствования на селе, что приведет к снижению рисков для производителей сельскохозяйственного сырья.

Оценка состояния внедрения кластера показала, что на различных стадиях развития сельскохозяйственное предприятие может быть

не только прогрессивным, но и нейтральным или даже регрессивным. Соответственно, организационные решения включают планомерное систематическое совершенствование отдельных сторон деятельности организации, которое находит выражение в регламентации функций отдельных подразделений и работников, рационализации внутренних структур, упорядочении во времени и пространстве трудовых, производственных, социальных, управленческих процессов и их взаимодействии.

Анализ параметров внутреннего состояния кластера и его окружения позволяет выделить внутренние и внешние угрозы развитию. С их учетом можно провести оценку конкурентного преимущества кластера в выбранной системе показателей.

Внедрение аграрного кластера снизит отрицательное влияние факторов. Так, аграрный кластер позволит увеличить рентабельность сельскохозяйственных организаций до 14,5 %, коэффициент активов к продажам вырастет до 120,9.

Таким образом, в условиях инвестиционной нестабильности необходимо внедрение организационных преобразований в кластерном управлении с учетом определенных условий среды функционирования агрокластера, т.к. это приведет к росту экономической эффективности производства и активизации инновационной деятельности.

Список литературы

1. Агафонов, В.А. Кластерная стратегия: системный подход / В.А. Агафонов // Экономическая наука современной России. – 2010. – № 3. – С. 77–91.
2. Белокопытов, А.В. Формирование аграрного научно-информационного кластера в регионе / В.А. Белокопытов, А.Ю. Миронкина // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 7. – С. 4–7.
3. Белокопытов, А.В. Доминирующие факторы производительности аграрного труда в условиях ВТО / В.А. Белокопытов, В.А. Самородский, А.Н. Терновчук, А.Ю. Миронкина // Достижения науки и техники АПК. – 2014. – № 11. – С. 7–12.
4. Семин, В.Н. Инновационные и стратегические направления развития АПК: вопросы теории и практики / В.Н. Семин // Екатеринбург : Урал; ГСХА. – 2006. – 260 с.

References

1. Agafonov, V.A. Klasternaja strategija: sistemnyj podhod / V.A. Agafonov // Jekonomicheskaja nauka sovremennoj Rossii. – 2010. – № 3. – S. 77–91.
2. Belokopytov, A.V. Formirovanie agrarnogo nauchno-informacionnogo klastera v regione / V.A. Belokopytov, A.Ju. Mironkina // Vestnik Kurskoj gosudarstvennoj sel'skohoz'jajstvennoj akademii. – 2012. – № 7. – S. 4–7.
3. Belokopytov, A.V. Dominirujushhie faktory proizvoditel'nosti agrarnogo truda v uslovijah VTO /

A.V. Belokopytov, V.A. Samorodskij, A.N. Ternovchuk, A.Ju. Mironkina // Dostizhenija nauki i tehniki APK. – 2014. – № 11. – S. 7–12.

4. Semin, V.N. Innovacionnye i strategicheskie napravlenija razvitija APK: voprosy teorii i praktiki / V.N. Semin // Ekaterinburg : Ural; GSHA. – 2006. – 260 s.

A.E. Kovaleva

Smolensk State Agricultural Academy, Smolensk

Cluster Management in the Agricultural Sector of Economy in Conditions of Investment Instability

Keywords: agrarian sector; cluster; cluster management; investment; model.

Abstract: The article analyzes the data on the Smolensk region and trends, which influence the formation of the agricultural cluster. The author proposes to create an agrarian cluster that will integrate and optimize production processes and communication, and will increase the efficiency of agricultural producers.

© A.E. Ковалева, 2016

УДК 334

А.Г. ЛИТВИНОВА

ФГБОУ ВПО «Российский университет дружбы народов», г. Москва

ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Ключевые слова: малый бизнес; методы управления; предпринимательство; эффективность.

Аннотация: Ориентируясь на приоритетные направления, связанные с развитием малого предпринимательства в легкой промышленности, стоит отметить, что особое внимание уделяется методам управления бизнес-процессами, в основе которых лежит постановка цели и четкая формулировка задач.

Субъектно-объектные взаимоотношения между представителями малого предпринимательства представляют систему управления экономическими процессами, являясь единым организованным механизмом целой отрасли, включающим в себя объективную направленность на достижение приоритетов, ориентированных на потребности и интересы отдельных людей, а также целых групп и слоев населения. В основе системы управления малыми предприятиями лежат методы управления, формирующие модель управленческого воздействия на хозяйственную деятельность субъектов малого предпринимательства. Направлена она в большей степени на создание экономических условий эффективной реализации результатов производства и деятельности, получение взаимной выгоды при взаимодействии в целом бизнес-процессе. Данное воздействие достигается за счет совокупности способов и средств воздействия на каждую единицу управления через социально-психологические, воспитательные, административные и экономические методы управления.

Социальное поведение человека основано на мотивах социально-психологических методов управления, включающих в себя образовательный, профессиональный уровни сотруд-

ников компаний, направленных на достижение единой цели в бизнес-процессе. В числе основ мотивации для определения места работы сегодня служат и такие факторы, как:

- самодостаточность каждого из сотрудников внутри стабильно развивающейся компании;
- возможность профессионального роста и самоутверждения;
- инициатива, ведущая к четкому карьерному росту либо пониманию дела с точки зрения бизнеса;
- общественное признание и моральное поощрение как личности, так и группы людей;
- командное стимулирование в достижении конкретных целей компании.

Социально-психологические методы управления в предпринимательстве реализуют мотивы социального поведения человека. Уровень современного производства, рост образовательного и профессионально-квалифицированного уровня работников являются причиной существенных изменений в системе ценностных ориентаций и структуре мотивации трудовой деятельности людей. Традиционные формы материального поощрения постепенно теряют свое приоритетное стимулирование [1].

В связи с чем можно сделать вывод, что в процессе грамотного управления человеческими ресурсами и их психологическим состоянием по отношению к профессиональной деятельности малые предприятия, осуществляющие свою деятельность в рамках видов, относящихся к производству изделий легкой промышленности и индустрии моды, дают огромный потенциал для самовыражения и поощрения как со стороны руководства предприятий, так и целых отраслевых объединений. Связано это с прямой направленностью на творчество и постоянное изменение трендов в отрасли, что дает возможность саморазвития, самовыражения, роста потен-

циалов и взаимодействия с широкой международной аудиторией бизнес-среды для качественного сотрудничества.

В практике реализация социально-психологических методов управления в предпринимательской среде выражается обычно с помощью различных способов социального регулирования, включающих в себя решение конфликтных ситуаций, групповые и командные ориентиры мотивации (материальные и образовательные), направленные на стимулирование движения всей команды в соответствии с поставленными задачами на пути к единой цели.

Мотивы принудительного характера заложены в основу административных методов управления, обусловленных заинтересованностью людей в совместной организации труда.

При разработке стратегии управления бизнесом поэтапный процесс формирования структуры и иерархии управления на предприятии лежит в основе создания регламентных методов, ориентированных на распределение обязанностей, делегирование полномочий и ответственности, определения области задач руководителей и подчиненных в форме методической и инструктивной направленности действий для каждого участника бизнес-процесса. При рассмотрении функций контроля в менеджменте, разработку регламентных процедур необходимо, по нашему мнению, отнести к стадии предварительного контроля организации, на этапе которого производится документальная проработка каждого этапа как при «*startup*» проектах, так и в процессе осуществления деятельности в соответствии с выстроенной стратегией.

Распорядительные методы управления в процессе жизнедеятельности малого предприятия включают в себя организационную работу. В функциях контроля этот этап отнесен к стадии текущего. Действия в этот момент основаны на разработанных ранее рекомендациях и инструкциях. Методы выражаются в виде приказов, оперативной деятельности, четкого понимания участниками бизнес-процесса ситуаций, умения вовремя и грамотно проанализировать ее и принять грамотное управленческое решение. Для определения четкого направления необходимо формирование грамотного бизнес-сообщества, ориентированного на конкретное целеполагание с полным пониманием ситуации на пути к достижению цели.

Основой управления на всех стадиях функции контроля в предпринимательстве, как в

менеджменте – предварительного, текущего и заключительного – являются экономические методы управления бизнес-процессами. Они занимают ведущую позицию в системе всех методов управления, т.к. в их основе заложены способы и интересы как конкретных людей, так и целых бизнес-сообществ (объединений), в которых происходит товарно-денежный обмен. В связи с чем каждый из рассмотренных выше методов управления однозначно имеет в своих подходах экономическую составляющую в виде конкретных показателей, влияющих тем или иным образом на общее направленное движение к запланированным результатам.

Экономические методы основываются на использовании экономических стимулов, предусматривающих заинтересованность и ответственность предпринимателей как управленцев, отвечающих за последствия принимаемых решений и побуждающих работников предприятия добиваться осуществления установленных задач для достижения цели без специальных указаний.

Специфическими чертами экономических методов при организации эффективных форм предпринимательства можно обозначить действия, когда:

- управляемые процессы становятся более эластичными и адаптивными;
- появляется возможность более эффективного контроля;
- административный контроль становится необязательным;
- распространение экономических методов сочетается с относительным обособлением отдельных подразделений и повышением уровня саморегулирования.

В качестве примеров проявления эффективных экономических методов управления персоналом на малом предприятии можно привести следующие:

- 1) субсидирование персонала – многие организации имеют субсидированные столовые и рестораны для своего персонала;
- 2) товары со скидкой – во многих организациях работники имеют возможность приобретать товары и услуги организации со скидкой;
- 3) ссуды – возможность получения ссуд с низким процентом на различные потребительские цели;
- 4) частное страхование здоровья – некоторые организации осуществляют частное страхование здоровья своих работников, имеют



Рис. 1. Экономические методы управления в малом предпринимательстве

возможность корпоративного обслуживания в частных клиниках [2].

Экономические методы управления как на малых предприятиях в легкой промышленности, так и в отрасли в целом включают в себя систему и комплексность зависящих от законодательных и общегосударственных приоритетов факторов внешней среды, которые создают основной фундамент для стабильного роста бизнеса.

Грамотная разработка механизмов и форм поддержки включает в себя материальные интересы каждого человека из всего общества, задействованного в бизнес-процессе. Поэтому основой для разработки грамотных подходов, предпринимательских инструментов и процедур является использование различных экономических рычагов и умение управлять ими, например, таких как финансирование, кредитование,

ценообразование, система штрафов, различные финансовые программы и инструменты (рис. 1). Основными принципами экономических методов эффективности предпринимательства является системность и комплексность воздействия на все стороны жизнедеятельности предпринимательства в целом.

Кроме того, в условиях рыночной экономики экономические методы формируют базовую основу способов, влияющих на поведение людей, активизацию их труда и повышение деловой активности предприятий за счет применения различных инструментов и форм, позволяющих управлять и контролировать целые объединения, состоящие из нескольких бизнес-единиц, зависимых от одних и тех же условий внешней среды и ориентированных на аналогичные отраслевые формы управления.

Список литературы

1. Хартанович, К.В. Основы менеджмента : учебное пособие / К.В. Хартанович, В.Н. Краев. – М. : Академический Проект, Трикта, 2008. – 272 с.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.ereading.me/chapter.php.

References

1. Hartanovich, K.V. Osnovy menedzhmenta : uchebnoe posobie / K.V. Hartanovich, V.N. Kraev. – M. : Akademicheskij Proekt, Trikssta, 2008. – 272 s.
2. [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : www.ereading.me/chapter.php.

A.G. Litvinova

Russian University of Peoples' Friendship, Moscow

Forms and Methods of Management in Small Business

Keywords: small business; management; entrepreneurship; efficiency.

Abstract: Focusing on priority areas related to the development of small business in light industry, it is worth noting that the emphasis is put on methods of business process management based on setting a goal and a clear statement of objectives.

© А.Г. Литвинова, 2016

УДК 339.138

Ю.А. ЧЕРНЯВСКАЯ

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» – филиал, г. Липецк

НАПРАВЛЕНИЕ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И ИХ АДАПТАЦИЯ К ИЗМЕНЯЮЩИМСЯ УСЛОВИЯМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Ключевые слова: маркетинговая стратегия развития предприятий особых экономических зон; маркетинговый менеджмент; модели маркетингового управления.

Аннотация: В статье отражены теоретические и практические аспекты организации маркетингового управления на предприятиях особых экономических зон промышленно-производственного типа, актуальность исследуемых вопросов, степень проработанности данной темы. Автор приводит модели маркетингового управления и анализирует взаимовлияние системы маркетингового управления и изменяющихся условий хозяйствования.

Маркетинговый менеджмент является одной из самых динамично развивающихся составляющих управления. Одним из наиболее распространенных является утверждение, что «маркетинговое управление – это процесс принятия и осуществления маркетинговых решений, центральным звеном которого является маркетинговый выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с финансовыми возможностями и потребительскими запросами внешнего окружения, в котором оно действует». Однако явным недостатком данного определения является расплывчатость формулировки, нечеткость терминов.

Потенциал для достижения целей организации в будущем является одним из конечных продуктов маркетингового управления. Другим конечным продуктом маркетингового управления служит его структура и изменения, обеспечивающие чувствительность к изменениям во внешних условиях.

Согласно поэлементному подходу, маркетинговое управление организацией включает такие элементы, как:

- 1) определение сферы деятельности и формулирование стратегических маркетинговых установок;
- 2) постановка стратегических целей и задач маркетинга для их достижения;
- 3) анализ внешних и внутренних факторов среды, формирующей уровень спроса и предложения на том или ином сегменте рынка;
- 4) анализ ценовых и продуктовых альтернатив и выбор маркетинговой стратегии;
- 5) реализация стратегического плана маркетинга применительно к каждой организации, работающей на конкретном сегменте рынка;
- 6) оценка результатов маркетинговой деятельности и коррекция маркетинговых программ предприятия.

Для систематизации подходов к системам маркетингового управления считаем возможным использование временного критерия. В этом случае мы можем выделить три вида подходов.

1. «Псевдостратегическое» маркетинговое управление. В наиболее ранних работах (60-е гг.) по теории стратегического маркетингового планирования подобная стратегия рассматривалась как «определение долгосрочных целей и задач предприятия, курса действий и размещение ресурсов, необходимых для достижения маркетинговых целей».

Обращаем внимание, что определяющий элемент маркетингового управления, такой как адаптация маркетингового инструментария к изменениям во внешней среде, отсутствует в стратегии предприятий. Это и позволяет именно так назвать этот период.

2. «Конкурентный» подход в реализации

Таблица 1. Виды стратегических маркетинговых действий, соответствующие уровням разработки стратегии корпоративного маркетинга

Уровень	Ответственные лица	Мероприятия, характерные для определенного уровня управления
Корпоративная маркетинговая стратегия	Управляющие высшего ранга, ключевые менеджеры по маркетингу	1) создание единого экономического подхода к управлению маркетинговой стратегией магистральных структурных подразделений; 2) достижение синергизма среди родственных структурных подразделений, превращение его в конкурентное преимущество; 3) установление инвестиционных приоритетов и направление корпоративных маркетинговых ресурсов в наиболее перспективные сегменты рынка
Деловая маркетинговая стратегия	Менеджеры по маркетингу бизнес-единиц (служб) предприятия	1) разработка корпоративных мер, направленных на усиление конкурентоспособности и расширение рыночных конкурентных преимуществ; 2) формирование механизма корпоративного маркетингового реагирования на внешние изменения на конкретном сегменте рынка; 3) объединение маркетинговых действий функциональных подразделений внутри службы; 4) усилия по решению специфических вопросов сбыта продукции и маркетинговых проблем бизнес-единиц предприятия
Функциональная маркетинговая стратегия	Менеджеры по маркетингу среднего звена	1) действия по реализации утвержденных на I и II уровнях мероприятий корпоративного маркетинга и достижения маркетинговых целей подразделения; 2) сбор, первичный анализ, объединение предложений на местах по сбыту продукции
Операционная маркетинговая стратегия	Низовые менеджеры	1) действия по решению узкоспециальных вопросов сбыта и маркетинговых проблем, связанных с достижением целей низового подразделения

маркетинговой стратегии. В более поздних работах (70–80-е гг.) понятие маркетингового стратегического планирования все теснее увязывается с проблемами конкурентной борьбы. Маркетинговую стратегию определяют как набор рыночных правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей маркетинговой деятельности. Существует четыре различные группы подобных правил:

- правила, используемые при оценке результатов маркетинговой деятельности компании в настоящем и перспективе; качественную сторону критериев оценки обычно называют ориентиром, а количественное содержание заданием;

- правила, по которым складываются отношения компании с ее внешней средой, определяющие, какие виды продукции и сбытовые технологии она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свою продукцию, каким образом добиваться превосходства над конкурентами; этот набор правил называется продуктово-рыночной маркетинговой стратегией;

- правила, по которым устанавливаются отношения между менеджерами по маркетингу внутри организации, их нередко называют организационной концепцией маркетинга;

- правила, по которым компания ведет свою повседневную маркетинговую деятельность, называемые основными оперативными приемами.

3. «Комплексный» маркетинговый подход (90-е гг. – до наших дней). Если в 80-х гг. понятие маркетинговой стратегии стало чаще использоваться в связи с теми целями компаний, которые имеют непосредственное отношение к ее конкурентным преимуществам, то в 90-е гг. этот подход был заменен комплексным видением механизма маркетингового управления. Система маркетингового управления помимо действий по сохранению и усилению конкурентных преимуществ содержит и другие направления развития конкретного предприятия, которые в последнее время все чаще становятся ключевыми.

Операционная маркетинговая стратегия

Таблица 2. Роль определенных ингредиентов корпоративного маркетинга в планировании рыночного поведения конкретной фирмы

Характеристики	Корпоративная маркетинговая стратегия и стиль рыночных действий		
	Стратегическое маркетинговое планирование	Стратегический маркетинговый контроль	Финансовый контроль
Участие штаб-квартиры компании в корпоративном маркетинговом управлении	Доминирующее	Сбалансированное	Минимальное
Тип организационной структуры корпоративного маркетингового управления	Матричная	Дивизиональная	Холдинговая компания
Синергизм корпоративного маркетингового управления	Высокий	Средний	Низкий
Ценности, на которые ориентирован корпоративный маркетинг	Взаимное сотрудничество	Персональная ответственность за все сферы деятельности	Персональная ответственность за результаты работы
Корпоративное маркетинговое развитие компании	Преимущественно путем внутреннего развития	Смешанный	Поглощения

относится к еще более конкретным маркетинговым инициативам и подходам в руководстве ключевыми оперативными единицами (заводами, отделами, центрами распределения) при решении ежедневных оперативных задач, имеющих маркетинговую стратегическую важность (рекламные кампании, закупка сырья, управление запасами и т.д.). Операционная маркетинговая стратегия, несмотря на меньший масштаб, дополняет и завершает общий маркетинговый стратегический план рыночных действий предприятий.

Термин «функциональная маркетинговая стратегия» относится к управленческому плану действий отдельного подразделения или ключевого функционального направления внутри отдельной сферы бизнеса. Корпорация нуждается в маркетинговой стратегии для каждой основной производственной единицы или части бизнеса: научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, маркетинг, обслуживание клиентов, распределение готовой продукции, финансы, кадры и т.д. Функциональная маркетинговая стратегия, хотя и является более узкой по сравнению с деловой, конкретизирует отдельные детали в общем плане маркетинговой деятельности компании. Значение функциональной маркетинговой стратегии заключается в создании управленческих ориентиров для достижения намеченных функциональных целей компании.

Деловая маркетинговая стратегия нацелена на обеспечение средне- и долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения. Эта маркетинговая стратегия часто воплощается в бизнес-планах и показывает, как конкретное предприятие будет конкурировать на конкретном сегменте рынка. Часто деловую маркетинговую стратегию называют стратегией конкуренции.

По нашему мнению, конкурентная маркетинговая стратегия является более узкой по масштабу, чем деловая маркетинговая стратегия. Деловая маркетинговая стратегия затрагивает не только вопрос о том, как проводить конкуренцию, но и отражает функциональные особенности маркетинговой стратегии, действия и планы руководства по маркетингу в разнообразных условиях отрасли (не только связанных с конкуренцией), а также методы разработки стратегических маркетинговых планов.

В связи с общими тенденциями развития мирового рынка, появлением новых форм интеграции и кооперации определяющее значение имеет именно верхний уровень системы маркетингового управления. Именно разработка и реализация корпоративных маркетинговых планов становятся решающими в эффективности деятельности компаний, в т.ч. работающих в сфере производства услуг для респондентов.

Основным пунктом анализа и планирования корпоративной маркетинговой стратегии

является констатация того положения, в котором оказалась конкретная компания. Весь маркетинговый инструментарий подобного анализа должен быть ориентирован:

1) на оценку положения бизнеса в определенной параметрической системе (позиционировать бизнес);

2) на выбор соответствующей этому положению системы маркетинговых действий.

Тем не менее, основой маркетингового управления в современных условиях должно быть выявление маркетингового потенциала организации, ее отличительных особенностей поведения на рынке. Не следует отождествлять «отличительные особенности» с сильными сторонами организации. Сильные стороны компании могут не являться уникальными по своей сути и могут быть легко скопированы существующими или новыми конкурентами.

Цепи маркетингового корпоративного планирования имеют центральное подразделение (штаб-квартиру), занимающееся детальным маркетинговым планированием. Высшее руководство проявляет инициативу в вопросах разработки перспективных маркетинговых стратегий для достижения кратко-, средне- и долгосрочных конкурентных преимуществ, развития бизнес-единиц компании и их взаимодействия между собой. Обычно они имеют матричные структуры во главе с подчиненными центру менеджерами по маркетингу, ответственными за развитие рыночного поведения фирмы.

Противоположный подход демонстрируют так называемые компании финансового контроля. Центр таких компаний немногочислен и не занимается разработкой стратегий бизнес-единиц. Штаб-квартира устанавливает и жестко контролирует выполнение плановых заданий по доходам и денежным потокам каждой бизнес-единицы, т.е. она действует как холдинговая компания. Менеджеры несут персональную ответственность за выполнение поставленных задач, но имеют свободу в выборе методов их решения. Такие компании ориентируются на краткосрочные перспективы, стремятся к быстрой окупаемости и растут за счет приобретения новых структур, а не внутреннего развития.

Цепи, придерживающиеся принципов стратегического маркетингового контроля, занимают промежуточное положение между двумя предыдущими типами компаний. Основная ответственность за маркетинговое планирование возлагается на операционные единицы, однако

высшее руководство контролирует баланс направлений бизнеса в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе. Текущий маркетинговый контроль может быть ослаблен, если перспективы развития бизнес-единиц представляются благоприятными. Высшее руководство оценивает конкретные мероприятия маркетинговой стратегии, принятые бизнес-единицами, и, если они оцениваются как недостаточно убедительные, воздерживается от выделения ресурсов на их реализацию.

Как видно из приведенной выше классификации, одним из определяющих моментов в механизме маркетингового управления является выделение маркетинговых бизнес-сфер (МБС) – отдельных сегментов рыночного окружения, на которые компания имеет (или хочет получить) рыночный выход. Определить границы бизнес-сферы на предприятии, производящем услуги для респондентов, достаточно сложно из-за тесной взаимосвязи оказываемых услуг. Тем не менее, этот вопрос является принципиальным при формировании механизма маркетингового управления, т.к. на основе методологии МБС выделяют внутри организации маркетинговые бизнес-единицы (МБЕ) – внутрифирменные хозяйственные единицы, отвечающие за выработку маркетинговых сбытовых позиций компании.

Модели маркетингового анализа позволяют менеджерам осознать лишь слабые и сильные стороны бизнеса, а не весь рыночный потенциал компании. Однако использование взаимосвязей между отделениями компании – мощный источник усиления ее конкурентоспособности. Синергизм означает превышение совокупным результатом суммы слагающих его факторов, а в практическом смысле – то, что две МБЕ, действующие совместно, добьются больших результатов, чем они же, но функционирующие автономно. Если крупные компании не используют синергизм своих отделений, то они не будут иметь никаких преимуществ перед малыми фирмами.

Проблема выбора одной из альтернатив маркетингового развития тем более актуальна, что в настоящее время существуют различные формы маркетингового управления и финансирования МБЕ в промышленных сферах: в форме арендных соглашений, контрактов на управление, договоров франчайзинга и т.д.

Многие маркетинговые производственные цепи объединяют связанные по роду деятель-

ности МБЕ в самостоятельные подразделения, что облегчает распределение производственных и маркетинговых операций и способствует взаимной поддержке. Некоторые компании проводят централизацию маркетингового управления отдельными видами деятельности на различных уровнях для усиления интеллектуального потенциала. Обучение менеджеров всех МБЕ и персонала отделов сбыта также происходит в совместных группах, что способствует использованию накопленных знаний для улучшения работы на отдельных направлениях бизнеса.

Таким образом, после определения стратегических бизнес-сфер и соответствующих им бизнес-единиц другим важным этапом при формировании механизма маркетингового управления является измерение синергического эффекта.

Нами выделены два способа измерения синергического эффекта: либо оценка сокращения затрат при совместном ведении операций при данном уровне дохода изучаемых промышленных предприятий, либо оценка увеличения их прибыли при заданном уровне инвестиций.

В отечественной и зарубежной литературе рассмотрена природа синергизма в свете сокращения и роста затрат, когда вхождение в новый товарно-рыночный сегмент происходит в два последовательных этапа: начало и работа (ведение операций). На начальном этапе к легко определяемым затратам, таким как расходы на здания и оборудование, добавляются неявные издержки, связанные с переходом в новую сферу бизнеса: создание новой организации, установка всевозможных правил и процедур, найм новых работников, обладающих необходимыми знаниями, расплата за ошибки в построении организационных отношений и за первые решения в незнакомой среде, на то, чтобы завоевать доверие покупателей.

Хотя все эти затраты разовые и большинство из них не имеет денежного выражения, все они влияют на оперативные издержки начального периода.

Столкнется ли компания с этими начальными затратами или нет, зависит от того, в какой степени ее ресурсы и навыки работников соответствуют требованиям новой товарно-рыночной среды. Если ее требования значительно отличаются от того, что имеется в фирме, в любом из основных функциональных подразделений может возникнуть рост издержек. Поэтому на начальном этапе в новых компа-

ниях потенциально может быть и положительный, и отрицательный синергизм. Фирма с положительным синергизмом будет иметь конкурентное преимущество перед компанией, которой этого синергизма недостает.

В дополнение к прямым и скрытым денежным затратам на начальном этапе существует расплата за задержки во времени. Фирма, имеющая необходимые навыки и ресурсы, такие как подходящие для нового рынка производственные возможности и каналы распределения, может быстро приспособить их для новых условий и тем самым вырваться вперед по сравнению с компаниями, которым приходится начинать с нуля, т.е. на начальном этапе синергизм может существовать в двух формах: в форме денежных сбережений благодаря тому, что в фирме есть все необходимое для ведения нового бизнеса, и в форме экономии времени, когда компания становится конкурентоспособной.

Другая категория затрат при вхождении в новую сферу связана с самим ведением деятельности (оперативные затраты и инвестиции). Здесь есть два основных фактора, приводящих к синергизму.

Первый представляет собой преимущество масштаба – в большинстве операций расходы на единицу продукции сокращаются при увеличении объема производства. Второй, более тонкий эффект синергизма связан с распределением бремени накладных расходов по нескольким продуктам. Это возможно, т.к. в большинстве функций, приводящих к накладным расходам, требуется приложить определенный минимум усилий, чтобы получить необходимый результат. Если этого результата можно добиться посредством диверсификации, при которой используются уже имеющиеся накладные функции, достигается экономия и в новом, и в старом бизнесе.

Все синергические эффекты можно описать тремя переменными: увеличение прибыли в денежном выражении, снижение оперативных расходов и снижение потребности в инвестициях. Все три переменные неразрывно связаны со временем. Поэтому четвертым синергическим эффектом можно считать ускорение изменений этих переменных.

Таким образом, для обеспечения гибкой системы управления, отвечающей изменениям местной среды и жесткой конкуренции, создаются региональные структуры крупной маркетинговой компании, которые выполняют

некоторые функции маркетинга для группы местных предприятий, например, организация рекламной компании.

Одним из наиболее сложных для международной деятельности элементов маркетингового комплекса является ценообразование. Во-первых, сложность ценообразования в данном случае связана с постоянными, ежеднев-

ными флуктуациями обменного курса валют разных стран. Во-вторых, на процесс ценообразования существенно влияет тактика ценообразования местных конкурентов. Другой аспект маркетинговой деятельности – каналы распределения. Обращение к услугам местных каналов распределения имеет свои преимущества и недостатки.

Список литературы

1. Рубцова, Л.Н. Проблемы конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в России : монография / Л.Н. Рубцова, В.Б. Куранова. – Липецк, 2012.
2. Рубцова, Л.Н. Основы финансовой устойчивости развития предпринимательства / Л.Н. Рубцова // Сборник «Устойчивое и инновационное развитие регионов России в условиях глобальных трансформаций». Материалы международной научно-практической конференции. – Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ, 2015. – С. 350–356.
3. Воронкова, О.В. Маркетинговая концепция потребительского поведения / О.В. Воронкова // Перспективы науки. – Тамбов : ТМБпринт. – 2012. – № 12(39). – С. 111–114.
4. Чернявская, Ю.А. Маркетинговая стратегия особых экономических зон региональной социально-экономической системы / Ю.А. Чернявская, Л.Н. Рубцова // Аудит и финансовый анализ. – № 2. – С. 322–324.

References

1. Rubcova, L.N. Problemy konkurentosposobnosti malogo i srednego biznesa v Rossii : monografija / L.N. Rubcova, V.B. Kuranova. – Lipeck, 2012.
2. Rubcova, L.N. Osnovy finansovoj ustojchivosti razvitija predprinimatel'stva / L.N. Rubcova // Sbornik «Ustojchivoe i innovacionnoe razvitie regionov Rossii v uslovijah global'nyh transformacij». Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – Lipeckij filial Finansovogo universiteta pri Pravitel'stve RF, 2015. – S. 350–356.
3. Voronkova, O.V. Marketingovaja koncepcija potrebitel'skogo povedenija / O.V. Voronkova // Perspektivy nauki. – Tambov : TMBprint. – 2012. – № 12(39). – S. 111–114.
4. Chernjavskaja, Ju.A. Marketingovaja strategija osobyh jekonomicheskikh zon regional'noj social'no-jekonomicheskoj sistemy / Ju.A. Chernjavskaja, L.N. Rubcova // Audit i finansovyj analiz. – № 2. – S. 322–324.

Yu.A. Chernyavskaya

Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk

Directions and Forms of Marketing and Their Adaptation to Changing Economic Conditions

Keywords: marketing management; marketing strategy of enterprise development of special economic zones; model of marketing management.

Abstract: The article describes theoretical and practical aspects of marketing management at the enterprises of the special economic zone of industrial type, the relevance of the questions under study, the degree of elaboration of the problem. The author proposes a model of marketing management and analyzes the interaction of marketing management and changing business environment.

© Ю.А. Чернявская, 2016

УДК 340.155

*Ц.А. ШАМЛИКАШВИЛИ, С.В. ХАРИТОНОВ, Д.Н. ПЧЕЛИНЦЕВА**ГБОУ ВПО г. Москвы «Московский городской психолого-педагогический университет»;**ФГБУ «Федеральный институт медиации», г. Москва*

ВЛИЯНИЕ ДЕМОНСТРАЦИИ ВРАЖДЕБНОСТИ СТОРОНАМИ СПОРА НА ДИНАМИКУ ЕГО УРЕГУЛИРОВАНИЯ

Ключевые слова: враждебность; медиация; моделирование; стороны спора; урегулирование.

Аннотация: Целью настоящего исследования являлось определение влияния демонстрации враждебности, проявляемой одним из участников спора, на психическое состояние другого участника в процессе урегулирования этого спора между ними. В исследовании принимала участие 31 пара участников, имеющих смоделированную переговорную ситуацию и мотивированных на разрешение этой ситуации путем проведения переговорного процесса. Всего 62 чел. в возрасте от 18 до 65 лет. Каждый участник был информирован о сущности проводимого исследования и предлагаемых для оценки ими факторов, а также о рекомендациях по повышению и понижению уровня этих факторов. Участники случайным образом были распределены в две группы – относительно активные и пассивные. Относительно активные участники в 15 случаях осознанно повышали и в 16 случаях осознанно понижали интенсивность проявления фактора «враждебность». Из 62 чел. 31 осознанно влияли на фактор «враждебность», 31 не оказывали осознанного влияния на данный фактор. Пассивные участники только участвовали в диалогах и отвечали на вопросы в бланках анкет.

В результате исследования определено, что выполнение рекомендованных в исследовании заданий активными участниками достоверно увеличивало выраженность демонстрируемой ими враждебности и практически не влияло на их удовлетворенность ходом переговоров. В то же время, выполнение активными участниками предложенных рекомендаций не приводило к достоверному повышению выраженности враждебности со стороны относительно пассив-

ных участников.

В ситуациях, когда моделировалось снижение выраженности демонстрируемой враждебности на самом деле этого снижения не наблюдалось ни по оценкам активных участников, ни по оценкам относительно пассивных участников. Более того, попытки выполнить рекомендации, направленные на снижение демонстрируемой враждебности, не меняли уровень удовлетворенности ходом урегулирования спора всех сторон.

Враждебное поведение вбирает в себя комплекс негативных установок, оценок и отношений к другим людям [9] и как эмоциональное отношение формируется в процессе взаимоотношения с ее объектом, обеспечивая пристрастность восприятия новых объектов [3].

Обладающий высоким уровнем враждебности человек склонен приписывать другим негативные качества. Враждебные люди чаще сами создают и провоцируют конфликтные ситуации, а попадая в них, реагируют более выражено. Повышенная враждебность является маркером индивидуальной уязвимости человека к стрессовым ситуациям, сложности его адаптации к изменчивым социальным условиям и может провоцировать заболевания.

На поведенческом уровне враждебность проявляется в таких формах, как нежелание сотрудничать, негативизм, агрессия, социально-пассивное поведение, избегание общения. Любое из этих проявлений затрудняет коммуникацию.

В то же время одним из основных условий формирования коммуникации является эмоциональное реагирование [4]. И если выражение положительных эмоций благоприятствует развитию совместной деятельности, то вы-

ражение враждебности и отрицательных эмоций, как правило, затрудняет общение [1–2; 6] вплоть до его прекращения.

Враждебность и негативные эмоции также могут выступать в качестве отрицательного подкрепления поведения. Под отрицательным подкреплением принято понимать любой неприятный стимул, даже незначительный, или событие, которого можно избежать, остановить, если изменить поведение [5].

Считается, что выражение отрицательного отношения к собеседнику во многом снижает эффективность коммуникации, нарушая коммуникативные нормы. Вариантами нарушения коммуникативных норм в речи являются проявления невежливости, ожесточенности, оскорбления в адрес собеседника. При реализации одним из собеседников враждебности зачастую страдают статусные отношения [8], нормы регулирования речевого взаимодействия, оказывается целенаправленное негативное воздействие на собеседника, в т.ч. его личную сферу [10].

В ряде случаев враждебность реализуется в виде угроз с целью вынуждения собеседника совершить какие-либо действия в отличие от позитивных подкреплений, которые зачастую бывают призваны стимулировать приверженность человека к этим действиям [7].

В свою очередь, враждебность порождает ответные реакции преимущественно негативной направленности, ведет к эскалации конфликта и затрудняет процесс его урегулирования.

Цель исследования

Определить влияние демонстрации враждебности, проявляемой одним из участников спора на психическое состояние другого участника в процессе урегулирования этого спора между ними.

Дизайн исследования

Экспериментальное исследование проводилось на основе искусственно смоделированных споров. Были сформированы две группы участников исследования: осознанно меняющие уровень своей враждебности в процессе спора, относительно активные (ОА) участники; и относительно пассивные (ОП) участники, не проводившие осознанных изменений выражен-

ности своей враждебности в споре.

До начала искусственно смоделированного переговорного процесса участникам исследования предлагалось заполнить бланк участника, в котором фиксировалось их текущее состояние перед переговорным процессом, а также предлагалось оценить текущее состояние собеседника (табл. 1).

Под «стратегией кнута» понимается использование участником переговоров по отношению к другой стороне запугиваний, угроз, в т.ч. косвенных, выражение своей недоброжелательности по отношению к нему.

Затем проводилась первая сессия переговорного процесса, после которой фиксировалась субъективная оценка состояния собеседника, состояния самого участника и оценивалась степень удовлетворенности от процесса переговоров обоими участниками (табл. 2).

После чего ОА участнику давалась инструкция об изменении фактора «стратегия “кнута”», выдавалась карточка-рекомендация о том, что можно сделать, чтобы изменить интенсивность заданного фактора (табл. 3), и указания повышать или понижать выраженность враждебности в поведенческих проявлениях (табл. 3).

Далее проводилась вторая сессия переговоров, в ходе которой ОА участник осознанно влиял на изменение интенсивности заданного фактора. Затем снова фиксировалась оценка состояния собеседника и своего состояния и также фиксировалась оценка степени удовлетворенности от процесса переговоров обоими участниками.

Методы исследования

1. Визуально-аналоговое шкалирование. Шкала субъективной удовлетворенности, включающая суммарную характеристику удовлетворенности ходом переговоров на конец данного периода. Оценка общего самочувствия осуществлялась по «визуально аналоговой шкале». Участники эксперимента давали оценку своего состояния по градуированной 5-балльной шкале, где 5 баллов – максимально возможная удовлетворенность ходом переговоров, 0 баллов – удовлетворенности нет.

2. Статистический метод. Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью программы *Stat Plus Professional Biostat* версии 2009. Применялись описательная статистика и

Таблица 1. Бланк оценки своего состояния и состояния собеседника до начала переговорного процесса

Оцените состояние по следующим параметрам		Отметьте выбранные Вами варианты ответа				
Фактор		Вообще нет	Минимально	Средне	Выше среднего	Максимально
1	Собираюсь ли я использовать «стратегию кнута»?					
2	Собирается ли собеседник использовать «стратегию кнута»?					

Таблица 2. Бланк оценки своего состояния и состояния собеседника после сессии переговорного процесса

Оцените состояние по следующим параметрам		Отметьте выбранные Вами варианты ответа в таблице				
Фактор		Вообще нет	Минимально	Средне	Выше среднего	Максимально
1	Использую ли я «стратегию кнута»?					
2	Использует ли собеседник «стратегию кнута»?					
Пожалуйста, оцените свою удовлетворенность переговорами на данный момент по 5-тибальной шкале, где:		1 – полностью не удовлетворен	2 – скорее не удовлетворен	3 – сложно определить	4 – скорее удовлетворен	5 – полностью удовлетворен

Таблица 3. Рекомендации по повышению и понижению уровня враждебности

Рекомендации по повышению	Рекомендации по понижению
1. Дайте себе 2-3 ответа на вопрос: чего может бояться собеседник?	1. Будьте максимально нейтральны в своих проявлениях: не критикуйте, но и не хвалите собеседника; не давайте никаких оценок его высказываниям и действиям
2. Представьте себе, при каких нежелательных для Вас действиях собеседника Вы будете напоминать ему об этих угрозах	
3. Подумайте, есть ли еще какие-либо возможности по подавлению активности собеседника. Реализуйте эти пункты на практике	

процедура сравнения двух выборок (тест Уилкоксона и метод знаков).

Материал исследования

В исследовании принимала участие 31 пара участников, имеющих смоделированную переговорную ситуацию и мотивированных на разрешение этой ситуации путем проведения переговорного процесса. Всего 62 чел. в возрас-

те от 18 до 65 лет.

Каждый участник был информирован о сущности проводимого исследования и предлагаемых для оценки ими факторов, а также о рекомендациях по повышению и понижению уровня этих факторов. Участники не знали до начала исследования, какой из факторов будут менять. ОА участники в 15 случаях осознанно повышали и в 16 случаях осознанно понижали интенсивность проявления фактора «враждеб-

Таблица 4. Описательные статистики влияния роста демонстрируемой враждебности на удовлетворенность активных участников

Статистика	Выраженность враждебности до ее повышения	Выраженность враждебности после ее повышения	Прирост выраженности враждебности	Удовлетворенность до повышения уровня враждебности	Удовлетворенность после повышения уровня враждебности	Разность по удовлетворенности
Среднее	2	3	1	4,2	3,7	-0,5
Стандартное отклонение	1,17	1,1	0,96	0,97	0,9	1,2
Стандартная ошибка среднего	0,3	0,29	0,26	0,26	0,2	0,3
Мода	1	недостоверно	недостоверно	5	4	-1
Медиана	1,5	3	1	4,5	4	-1

Таблица 5. Описательные статистики влияния роста демонстрируемой враждебности на удовлетворенность относительно пассивных участников

Статистика	Выраженность враждебности до ее повышения	Выраженность враждебности после ее повышения	Прирост выраженности враждебности	Удовлетворенность до повышения уровня враждебности	Удовлетворенность после повышения уровня враждебности	Разность по удовлетворенности
Среднее	1,5	2,3	0,86	3,6	3,2	-0,4
Стандартное отклонение	0,9	1,3	1,4	1	1,7	1,6
Стандартная ошибка среднего	0,25	0,3	0,39	0,26	0,3	0,4
Мода	1	1	0	4	4	0
Медиана	1	2	0,5	4	3,5	0

ность». Из 62 чел. 31 осознано влияли на фактор «враждебность», 31 не оказывали осознанного влияния на данный фактор.

Критерии включения в группы:

- включению в группу подлежат стороны, представленные двумя испытуемыми, имеющими спор и желающими разрешить его путем проведения переговорного процесса;

- стороны добровольно приняли решение участвовать в исследовании;

- стороны не имеют ограничений в дееспособности;

- стороны имеют возраст от 18 до 65 лет (включительно).

Критерии исключения из группы:

- отказ одного из участников спорной си-

туации от проведения переговорного процесса;

- наличие психических или наркологических проблем;

- лживое, агрессивное или иное отклоняющееся поведение.

Результаты исследования

Данные, полученные в результате статистической обработки материала исследования методами описательных статистик влияния роста демонстрируемой враждебности на удовлетворенность ОА участников, представлены в табл. 4.

При исследовании методами непараметрической статистики достоверности различий

Таблица 6. Описательные статистики влияния снижения выраженности демонстрируемой враждебности на удовлетворенность активных участников

Статистика	Выраженность враждебности до ее понижения	Выраженность враждебности после ее понижения	Прирост выраженности враждебности	Удовлетворенность до понижения уровня враждебности	Удовлетворенность после понижения уровня враждебности	Разность по удовлетворенности
Среднее	2,2	1,8	-0,46	3,2	2,8	-0,4
Стандартное отклонение	1,1	0,67	1,2	1	1,1	0,9
Стандартная ошибка среднего	0,3	9,17	0,3	0,26	0,29	0,25
Мода	2	2	0	4	3	0
Медиана	2	2	0	3	3	0

между значениями выраженности демонстрируемой враждебности до и после выполнения рекомендаций, направленных на повышение ее выраженности, определено, что:

1) выполнение предложенных рекомендаций достоверно приводило к повышению выраженности демонстрируемой враждебности со стороны активных участников (по тесту Уилкоксона $Z = 2,8$ при $p = 0,005$; по методу знаков эти различия также были достоверными при $Z = 2,8$ и $p = 0,004$);

2) выполнение рекомендаций, направленных на повышение уровня враждебности не демонстрировало достоверного снижения удовлетворенности ходом переговоров (по тесту Уилкоксона $Z = 1,5$, $p = 0,12$; по методу знаков $Z = 1,4$, $p = 0,14$).

Результаты исследования изменений в уровне удовлетворенности и оценках уровня, демонстрируемой активными участниками враждебности со стороны ОП участников, представлены в табл. 5.

При исследовании методами непараметрической статистики достоверности различий между значениями выраженности демонстрируемой враждебности до и после выполнения рекомендаций, направленных на повышение ее выраженности со стороны активных участников, определено, что у ОП участников:

1) выполнение активными участниками предложенных рекомендаций не приводило к достоверному повышению выраженности враждебности со стороны ОП участников (по тесту Уилкоксона $Z = 1,8$ при $p = 0,06$; по методу зна-

ков эти различия также были недостоверными при $Z = 1,7$ и $p = 0,07$);

2) у ОП участников также не наблюдалось статистически достоверных изменений в удовлетворенности ходом переговоров (по тесту Уилкоксона $Z = 0,9$, $p = 0,4$; по методу знаков $Z = 0$, $p = 1$).

При исследовании влияния рекомендаций, направленных на снижение уровня выраженности демонстрируемой враждебности на активных участников, получены данные описательных статистик, представленные в табл. 6.

При исследовании методами непараметрической статистики достоверности различий между значениями выраженности демонстрируемой враждебности до и после выполнения рекомендаций, направленных на понижение ее выраженности, определено, что:

1) выполнение предложенных рекомендаций не приводило к статистически достоверному снижению выраженности демонстрируемой враждебности со стороны активных участников (по тесту Уилкоксона $Z = 1,6$ при $p = 0,114$; по методу знаков эти различия также были достоверными при $Z = 0,9$ и $p = 0,34$);

2) выполнение рекомендаций, направленных на понижение уровня демонстрируемой враждебности не вело к достоверному изменению удовлетворенности ходом переговоров (по тесту Уилкоксона $Z = 1,7$, $p = 0,08$; по методу знаков $Z = 1,3$, $p = 0,18$).

Результаты исследования изменений, возникших в оценках удовлетворенности и уровня выраженности демонстрируемой враждебно-

Таблица 7. Описательные статистики влияния снижения выраженности демонстрируемой враждебности на удовлетворенность активных участников

Статистика	Выраженность враждебности до ее понижения	Выраженность враждебности после ее понижения	Прирост выраженности враждебности	Удовлетворенность до понижения уровня враждебности	Удовлетворенность после понижения уровня враждебности	Разность по удовлетворенности
Среднее	1,6	2	0,4	3,3	3,4	0,13
Стандартное отклонение	0,8	1,3	1,4	1,1	0,9	1,1
Стандартная ошибка среднего	0,2	0,3	0,3	0,3	0,25	0,29
Мода	недостоверно	1	0	4	4	0
Медиана	2	2	0	4	4	0

сти со стороны ОП участников представлены в табл. 7.

При исследовании методами непараметрической статистики достоверности различий между значениями выраженности демонстрируемой враждебности до и после выполнения рекомендаций, направленных на понижение ее выраженности со стороны активных участников, определено, что у ОП участников:

1) выполнение активными участниками предложенных рекомендаций не приводило к достоверным изменениям выраженности демонстрируемой враждебности со стороны ОП участников (по тесту Уилкоксона $Z = 1,18$ при $p = 0,2$; по методу знаков эти различия также были недостоверными при $Z = 0,7$ и $p = 0,44$);

2) у ОП участников не наблюдалось статистически достоверных изменений в удовлетворенности ходом переговоров (по тесту Уилкоксона $Z = 0,4$, $p = 0,6$; по методу знаков $Z = 0$, $p = 1$).

Обсуждение

Выполнение рекомендованных в настоящем исследовании заданий, направленных на повышение выраженности демонстрируемой враждебности, по оценкам активных участников достоверно ее повышало. В то же время повышение демонстрируемой ими враждебности хотя в некоторой мере и снижало удовлетворенность ходом переговоров по урегулированию спора, однако это снижение не являлось статистически достоверным.

В то же время выполнение активными участниками предложенных рекомендаций не приводило к достоверному повышению выраженности враждебности со стороны ОП участников, хотя небольшой прирост абсолютных значений и отмечался.

Таким образом, демонстрация враждебности одной из сторон спора не приводит к существенному приросту враждебности у другой стороны. Объяснением этому феномену может быть то, что стороны спора в ходе процедуры урегулирования разногласий могут ожидать демонстрацию враждебности со стороны партнера по диалогу и потому готовы к ее проявлениям, по крайней мере, в каком-то приемлемом диапазоне прироста враждебности. И рост враждебности со стороны одного из участников процедуры урегулирования спора существенным образом не влияет на удовлетворенность процедурой урегулирования у другого участника. Вероятно, это происходит в диапазоне некоторого, субъективно приемлемого диапазона изменений. При значительном, скачкообразном приросте враждебности ситуация может выглядеть иначе.

В ситуациях, когда моделировалось снижение выраженности демонстрируемой враждебности (но задача продемонстрировать дружелюбие не ставилась), на самом деле этого снижения не наблюдалось ни по оценкам активных участников, ни по оценкам ОП участников. То есть рекомендации третьей стороны не выражать враждебность во время урегулирования спора попросту не реализуются на практике.

Более того, попытки выполнить рекомендации, направленные на снижение демонстрируемой враждебности, статистически достоверно не меняли уровень удовлетворенности ходом урегулирования спора ни у активных участников, ни у ОП участников.

Список литературы

1. Бодалев, А.А. Субъективная значимость другого человека и определяющие ее факторы / А.А. Бодалев // Вестник МГУ. – 1985. – № 2. – С. 13–17.
2. Изард, К. Эмоции человека / К. Изард. – М., 1980. – 440 с.
3. Мясичев, В.Н. Сознание как единство отражения действительности и отношения к ней человека / В.Н. Мясичев // Проблемы сознания: материалы симпозиума. – М., 1966.
4. Переверзева, И.А. Проявление индивидуальных различий по эмоциональности в функции контроля за эмоциональной экспрессией / И.А. Переверзева // Вопросы психологии. – 1989. – № 1. – 113 с.
5. Прайор, К. Не рычите на собаку / К. Прайор. – М. : Эксмо, 2009. – 288 с.
6. Рейковский, Я. Экспериментальная психология эмоций / Я. Рейковский. – М., 1979. – 392 с.
7. Шамликашвили, Ц.А. Удовлетворенность сторон спора в зависимости от положительных подкреплений поведения, направленного на деэскалацию / Ц.А. Шамликашвили, С.В. Харитонов, Д.Н. Пчелинцева // Перспективы науки. – Тамбов : ТМБпринт. – 2015. – № 6(69). – С. 148–153.
8. Шамликашвили, Ц.А. Результаты анализа осознанного изменения уровня доминирования при моделировании споров / Ц.А. Шамликашвили, С.В. Харитонов, Д.Н. Пчелинцева // Наука и бизнес: пути развития. – М. : ТМБпринт. – 2015. – № 6(48). – С. 18–26.
9. Враждебность и психическое здоровье // Психология и право. – 2011. – № 2. Портал психологических изданий PsyJournals.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : psyjournals.ru/psyandlaw/2011/n2/40886_full.shtml.
10. Давлетшина, Л.Р. Грубость как нарушение коммуникативной нормы : дисс. ... канд. филолог. наук / Л.Р. Давлетшина. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.dissercat.com/content/grubost-kak-narushenie-kommunikativnoi-normy.

References

1. Bodalev, A.A. Sub#ektivnaja znachimost' drugogo cheloveka i opredel'ajushhie ee faktory / A.A. Bodalev // Vestnik MGU. – 1985. – № 2. – S. 13–17.
2. Izard, K. Jemocii cheloveka / K. Izard. – M., 1980. – 440 s.
3. Mjasishhev, V.N. Soznanie kak edinstvo otrazhenija dejstvitel'nosti i otnoshenija k nej cheloveka / V.N. Mjasishhev // Problemy soznaniya: materialy simpoziuma. – M., 1966.
4. Pereverzeva, I.A. Projavlenie individual'nyh razlichij po jemocional'nosti v funkcii kontrolja za jemocional'noj jekspressiej / I.A. Pereverzeva // Voprosy psihologii. – 1989. – № 1. – 113 s.
5. Prajor, K. Ne rychite na sobaku / K. Prajor. – M. : Jeksmo, 2009. – 288 s.
6. Rejkovskij, Ja. Jeksperimental'naja psihologija jemocij / Ja. Rejkovskij. – M., 1979. – 392 s.
7. Shamlikashvili, C.A. Udovletvorennost' storon spora v zavisimosti ot polozhitel'nyh podkreplenij povedenija, napravlennogo na dejeskalaciju / C.A. Shamlikashvili, S.V. Haritonov, D.N. Pchelinceva // Perspektivy nauki. – Tambov : TMBprint. – 2015. – № 6(69). – S. 148–153.
8. Shamlikashvili, C.A. Rezul'taty analiza osoznannogo izmenenija urovnja dominirovanija pri modelirovanii sporov / C.A. Shamlikashvili, S.V. Haritonov, D.N. Pchelinceva // Nauka i biznes: puti razvitija. – M. : TMBprint. – 2015. – № 6(48). – S. 18–26.
9. Vrazhdebnost' i psihicheskoe zdorov'e // Psihologija i pravo. – 2011. – № 2. Portal psihologicheskikh izdanij PsyJournals.ru [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : psyjournals.ru/psyandlaw/2011/n2/40886_full.shtml.
10. Davletshina, L.R. Grubost' kak narushenie kommunikativnoj normy : diss. ... kand. filolog. nauk / L.R. Davletshina. – 2012 [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : www.dissercat.com/content/grubost-kak-narushenie-kommunikativnoi-normy.

Ts.A. Shamlkashvili, S.V. Kharitonov, D.N. Pchelintseva
Federal Institute of Mediation, Moscow

The Effect of Demonstration of Hostility by Parties on the Dynamics of Its Settlement

Keywords: mediation; hostility; parties to the dispute; resolution; simulation.

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of demonstrations of hostility by one of the parties to the dispute on the mental state of another participant in the settlement of this dispute. In the study, 31 pairs of participants took part in a simulated negotiation situation; they all were motivated to deal with this situation by negotiations. In total, 62 people aged 18 to 65 were informed about the nature of the study. They were proposed to evaluate a set of factors, and were given recommendations on how to improve and reduce the level of these factors. Participants were randomly divided in two groups – a relatively active group and a passive group. In 15 cases relatively active participants consciously increased and in 16 cases consciously weakened the intensity of the factor “Hostility”. Out of 62 people, 31 participants consciously influenced the factor “Hostility”, while the other 31 participants did not have a deliberate influence on this factor. Passive participants only participated in dialogues and answered questions in the forms of questionnaires.

The study determined that the implementation of the recommended tactics significantly increased the degree of hostility in active participants and had little or no effect on their satisfaction with the progress of negotiations. At the same time, the implementation of the proposed recommendations by active participants did not lead to a significant increase in the degree of hostility in relatively passive participants.

In situations of simulated reduction in the degree of demonstrated hostility this reduction was neither observed nor estimated by active or passive participants. Moreover, attempts to implement the recommendations aimed at reducing the demonstrated hostility did not change the level of satisfaction with the way the dispute was resolved by all parties.

© Ц.А. Шамликашвили, С.В. Харитонов, Д.Н. Пчелинцева, 2016

УДК 342.518

С.А. БАРАНОВА

ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет», г. Иркутск

СИСТЕМА ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ ГЕРМАНИИ

Ключевые слова: исполнительная власть; федеральные министерства; федеральные органы исполнительной власти.

Аннотация: В статье рассмотрена и проанализирована система федеральных органов исполнительной власти ФРГ, указаны особенности построения и отличительные черты функционирования исполнительной власти на федеральном уровне в Германии.

Система федеральных органов исполнительной власти Германии включает в себя высшие федеральные органы исполнительной власти, федеральные верховные ведомства исполнительной власти, федеральные органы исполнительной власти среднего звена, федеральные органы исполнительной власти низшего звена.

Высшими федеральными органами исполнительной власти являются Президент ФРГ, ведомство Федерального канцлера, федеральные министерства и федеральная счетная палата [1, с. 112]. Ведомство Федерального канцлера обеспечивает деятельность канцлера путем обсуждения векторов развития внутренней и внешней политики, вопросов социального, экономического и финансового характера, а также политики здравоохранения, рынка труда, единой европейской политики.

Федеральные верховные ведомства исполнительной власти представляют собой обособленные от федеральных министерств органы государственной власти, которые отвечают за определенную сферу отношений на всей территории ФРГ. Указанные органы являются самостоятельными, не имеющими подчиненных им подразделений, однако надзор за их деятельностью осуществляют федеральные министерства. Допустимость создания данных ведомств пред-

усмотрена ст. 87 Основного закона ФРГ 1949 г., согласно которой для осуществления дел, находящихся в ведении федерального законодателя, на основании федерального закона могут быть созданы самостоятельные высшие федеральные органы исполнительной власти, а также иные органы, непосредственно подчиненные центру, и учреждения публичного права.

К федеральным верховным ведомствам исполнительной власти относятся, например, Федеральное управление уголовной полиции, Федеральное ведомство грузовых перевозок, Федеральное ведомство по охране природы, Федеральное ведомство по охране конституции, Федеральное ведомство по защите прав потребителей и безопасности пищевых продуктов, Федеральное ведомство по вопросам миграции и беженцев и др.

Так, Федеральное ведомство по охране конституции, основанное в 1950 г., подведомственно Министерству внутренних дел ФРГ. В соответствии с § 3 Федерального закона о защите конституции от 20 декабря 1990 г. (ред. 20 июня 2013 г.) [3], указанное ведомство собирает совместно с земельными органами государственной власти по охране конституции сведения, которые создают угрозу свободному демократическому строю, безопасности федерации или федеральной земли, выявляет действия, которые могут нанести ущерб международным интересам Германии, и идеи, направленные на нарушение конституционного принципа мирного сосуществования народов.

Федеральные органы исполнительной власти среднего и низшего звена создаются для государственного управления немногими сферами общественной жизни, прямо указанными в ч. 1 ст. 87 Основного закона ФРГ 1949 г. (управление внешними сношениями, федеральными финансами, управление федеральными водными путями и судоходством) или, в случае,

если перед федерацией возникнут новые задачи в сферах, где ей принадлежат законодательные полномочия, то с одобрения Бундесрата и большинства членов Бундестага могут быть образованы федеральные органы среднего и низшего звена (ч. 3 ст. 87 Основного закона ФРГ 1949 г.). В непосредственное федеральное управление с собственными подчиненными ему административными подразделениями входят органы, ответственные за указанные в ч. 1 ст. 87 Основного закона ФРГ 1949 г. сферы деятельности.

В качестве одной из особенностей построения системы исполнительной власти ФРГ следует отметить наличие общих органов исполнительной власти федерации и земель. В частности, в сфере управления финансами федерация и земли имеют собственные органы финансового управления. Однако на уровне среднего звена органов исполнительной власти существует совместный орган федерации и соответствующей земли – Федеральная финансовая дирекция. Глава Федеральной финансовой дирекции назначается и освобождается от занимаемой должности соответствующими органами федерации и земли совместно; он является одновременно служащим как федерации, так и федеральной земли [1, с. 114].

Для наиболее полной характеристики всех ступеней федеральных органов исполнительной власти представляется возможным рассмотреть ее на примере государственного управления сферой финансов. Высший федеральный орган исполнительной власти в указанной сфере – это Министерство финансов Германии. В ведении указанного министерства находится система органов, реализующих различные властные полномочия в финансовой сфере. Перечень этих органов установлен § 1 Федерального закона о финансовом управлении от 30 августа 1971 г. (ред. 22 декабря 2014 г.) [4], в него входят:

– в качестве федеральных верховных ведомств исполнительной власти (федеральных органов верхнего звена): Центральная федеральная служба по налогам, Федеральная служба по централизованному оказанию услуг и имущественным вопросам (производит расчеты окла-

дов, заработной платы служащих, осуществляет консультирование в различных сферах, решает имущественные вопросы, например, об изъятии земельных участков [2, с. 40]), Федеральная монополярная администрация по алкоголю (контролирует производство и продажу спирта), Федеральная служба по компенсациям (осуществляет компенсацию ущерба, причиненного Второй мировой войной);

– в качестве федеральных органов исполнительной власти среднего звена: 5 федеральных финансовых дирекций (контролируют взимание налогов на соответствующей территории, управляют государственной собственностью) и Таможенная криминальная служба (правоохранительный орган, который осуществляет расследование таможенных преступлений) [2, с. 41];

– в качестве федеральных органов исполнительной власти низшего звена: 43 главных таможенных службы, 8 таможенно-принудительных служб; таможенные службы ответственны за сбор налога с импорта товаров, транспортного налога, сборов в рамках Европейских сообществ, а также осуществляют таможенный контроль за перемещением товаров через границу, пограничный контроль, борьбу с нелегальной трудовой деятельностью.

Таким образом, организация исполнительной власти на федеральном уровне в Германии обладает следующими особенностями:

1) федерация располагает в основном только органами исполнительной власти специальной компетенции для особых сфер деятельности и решения узкоспециализированных задач, т.е. федерация не имеет органов исполнительной власти общей компетенции, которые бы отвечали за решение широкого круга различных задач (за исключением ведомства Федерального канцлера);

2) федерация имеет, как правило, только органы исполнительной власти высшей ступени (высшие федеральные органы исполнительной власти, федеральные верховные ведомства исполнительной власти) без собственных подчиненных ей подразделений.

Список литературы

1. Смирнова, И.Г. Механизм защиты прав человека посредством реализации органами государственной власти контрольных полномочий: сравнительно-правовой анализ России и Германии / И.Г. Смирнова и др. – М. : Юрист, 2014. – 416 с.
2. Силайчев, М.В. Административно-правовой статус Федерального министерства финансов

Германии / М.В. Силайчев // Реформы и право. – 2009. – № 3. – С. 39–42.

3. Bundesverfassungsschutzgesetz vom 20 Dezember 1990. – BGBl. I S. 2954, 2970.

4. Gesetz über die Finanzverwaltung vom 30 August 1971. – BGBl. I S. 846, 1202.

References

1. Smirnova, I.G. Mechanizm zashhity prav cheloveka posredstvom realizacii organami gosudarstvennoj vlasti kontrol'nyh polnomochij: sravnitel'no-pravovoj analiz Rossii i Germanii / I.G. Smirnova i dr. – М. : Jurist, 2014. – 416 s.

2. Silajchev, M.V. Administrativno-pravovoj status Federal'nogo ministerstva finansov Germanii / M.V. Silajchev // Reformy i pravo. – 2009. – № 3. – С. 39–42.

S.A. Baranova

Baikal State University, Irkutsk

System of Federal Executive Authorities in Germany

Keywords: executive; federal executive authorities; federal ministries.

Abstract: The article describes and analyzes the system of federal executive; peculiarities of their structure and specifics of executive branch at the federal level in Germany are given.

© С.А. Баранова, 2016

УДК 347

Н.А. НОВИКОВА

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград

ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ ДОВЕРИТЕЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В АНГЛИИ И ДОВЕРИТЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ: ИСТОРИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

Ключевые слова: доверительная собственность; доверительное управление; доверительное управление имуществом; траст.

Аннотация: В статье исследуются причины возникновения траста в Англии и предпосылки, обусловившие зарождение доверительного управления в России, проводится их сравнительно-правовой анализ. Автор с помощью законодательных и доктринальных источников анализирует сложный путь преобразований и приспособлений траста к романо-германской правовой системе.

Институт доверительного управления в различных его проявлениях существует с XII–XIII вв. Именно тогда в Англии зародился так называемый институт траста (доверительной собственности) [6, с. 4]. Причины возникновения этого правового явления исследовались многими отечественными и зарубежными цивилистами. Основная масса причин сводится к феодальному земледелию, господствовавшему в то время в Англии [3, с. 257]. Земля передавалась в пользование подданным короля, муниципальным и церковным организациям за определенные феодальные повинности, различавшиеся в зависимости от статуса держателей земли. Королевский титул и право лордов пользоваться землей были неразрывны и передавались по наследству. Однако король имел право в любое время передать земли, а с ними и титул другому владельцу. В случае смерти титулованного графа или барона земля переходила к их наследникам. Но и в этом случае король мог назначить лицо, к которому переходила земля. По праву наследования Англии земля переходила по наследству к старшему из сыно-

вей наследодателя. Если у держателя земли не было сыновей, то его родители и иждивенцы не могли быть наследниками. В такой ситуации ущемлялись права многих наследников, поэтому возникла необходимость в создании правового механизма, который обеспечил бы им право наследования права пользования землей. Так в Англии появляется институт доверительной собственности, по которому титульному наследнику (наследнику по закону) передавалась земля вместе с обязанностью обеспечения интересов других наследников по воле наследодателя.

На наш взгляд, все вышеназванные причины возникновения траста можно свести к одной, подмеченной Л.Ю. Михеевой, – в определенный момент возникла необходимость такого правового института, благодаря которому собственник смог бы передавать свое имущество другому лицу с условием, что управлять вверенным имуществом доверенное лицо будет в интересах определенного третьего лица.

Немало авторов отмечают среди причин возникновения траста особенность разделения английского права на «общее право» и «право справедливости».

В качестве собственника в системе «общего права» признавался только доверительный собственник. С возникновением «параллельной системы материального права, которая в некоторых случаях разрушала решения судов общего права» [4, с. 157] сложилась ситуация, при которой суды стали признавать право собственности за бенефициаром. Свое дальнейшее развитие институт траста получил в Англии после принятия Статута о доверительной собственности (1535 г.). Толкование траста в данном документе имело свою специфику: статут признавал собственником то лицо, в интересах которого

использовалось имущество, а не доверительно-го управляющего [3, с. 8]; он не распространялся на отношения доверительной собственности в тех случаях, когда на доверительного управляющего возлагались определенные обязанности по использованию имущества.

С принятием Закона о доверительной собственности в 1893 г. теория доверительной собственности обретает четко выраженный смысл, который сводится к тому, что «если право собственности на землю или движимое имущество было передано доверительному управляющему, который должен был управлять, владеть и распоряжаться данным имуществом в интересах определенных выгодоприобретателей, либо собственник земли или движимого имущества объявлял себя доверительным управляющим имуществом или землей в интересах выгодоприобретателей, суд должен был рассматривать таких выгодоприобретателей как равных собственников имущества, переданного в доверительное управление» [1, с. 18].

Мы поддерживаем мнение большинства российский цивилистов, утверждающих, что за всю свою историю отечественного права в нем не существовало института доверительной собственности того типа, который существует в Англии – с «расщеплением» права собственности на одну и ту же вещь, поскольку «такая правовая конструкция объективно не может существовать в условиях представления о едином неделимом праве собственности с традиционной триадой правомочий» [5].

Но, поскольку необходимость наличия правового механизма эффективного управления имуществом была продиктована временем, в России складывается институт доверительного управления имуществом. Предпосылки его появления выделяются Л.Ю. Михеевой следующим образом:

1) необходимость правового оформления новых экономических отношений, стихийно складывающихся под влиянием зарубежного опыта;

2) необходимость поиска новых эффективных форм управления государственным имуществом;

3) существование в отечественной правовой традиции устойчивых прав на имущество, не являющихся правом собственности;

4) наличие определенного опыта в регулировании отношений с участием лица, управляющего имуществом в чужих интересах [5].

Обращаясь к причинам появления траста в отечественной цивилистике, хотелось бы привести слова У.Е. Батлера: «Государство должно было найти способ рачительного управления своим достоянием, возможность голосовать своими акциями и реализовывать другие права и обязанности акционера ... из всех возможных вариантов в российских условиях траст был бы наиболее перспективным» [2, с. 70].

Однако Указ Президента не был первой попыткой внедрения в 1998 г. доверительного управления в сферу управления государственным имуществом в России. Ранее, в 1998 г. правительство предложило передавать стратегически значимое имущество в доверительное управление специально подготовленным менеджерам. Именно в Заявлении Правительства РФ и Центрального банка РФ в ноябре 1998 г. давалось определение доверительного управляющего – это лицо, способное обеспечить эффективное управление государственным имуществом, для которого следовало «установить ответственность и стимулы ..., предусматривающие изъятие переданных в доверительное управление акций и имущества при невыполнении параметров их эффективного использования, и возможность в случае выполнения указанных параметров реализации доверительному управляющему акций и иного имущества, находящегося в его доверительном управлении» [7].

С принятием в 1994 г. части первой Гражданского кодекса (ГК) РФ в России появляется институт доверительного управления. В ст. 209 ГК РФ было установлено, что вместе с основными полномочиями собственник имеет право передавать свое имущество в доверительное управление другому лицу – доверительному управляющему. Вместе с тем передача имущества в доверительное управление не влекла перехода права собственности к доверительному управляющему, который был обязан осуществлять управление имуществом в интересах собственника или указанного им третьего лица. Таким образом, в части второй ГК РФ 1994 г. доверительное управление имуществом приравнивалось к обязательственно-правовому институту.

Из проведенного анализа истории двух схожих и вместе с тем различных по своей природе институтов видно, что прежде чем доверительное управление вошло в отечественную цивилистику, оно прошло сложный путь

преобразований и приспособлений к романо-германской правовой системе, чтобы из траста, подразумевающего «расщепление» права собственности, органично влиться в российское право с его концепцией неделимости правомочий собственника.

Список литературы

1. Wilson, W.A. Trust and trust like devices / W.A. Wilson, W.F. Fratcher // Trust in the United States of America. – London, 1981. – P. 1–22.
2. Батлер, У.Е. Доверительная собственность в России: история появления / У.Е. Батлер; пер. А.Л. Чичерина // Зерцало. – М. : Зерцало, 1997. – № 1. – С. 166–186.
3. Дженкс, Э. Английское право / Э. Дженкс. – М., 1947. – 378 с.
4. Киралфи, А. Источники английского права / А. Киралфи; под ред. У. Батлера, В. Нерсесянца // История права: Англия и Россия. – М., 1990. – 304 с.
5. Михеева, Л.Ю. Доверительное управление имуществом. Комментарий законодательства / Л.Ю. Михеева; под ред. В.М. Чернова. – СПС «Консультант Плюс».
6. Нарышкина, Р.Л. Доверительная собственность в гражданском праве Англии и США / Р.Л. Нарышкина. – М., 1965. – С. 1–24.
7. О мерах Правительства Российской Федерации и Центрального банка Российской Федерации по стабилизации социально-экономического положения в стране // Российская газета. – 1998, 17 ноября. – № 218.

References

2. Batler, U.E. Doveritel'naja sobstvennost' v Rossii: istorija pojavlenija / U.E. Batler; per. A.L. Chicherina // Zercalo. – M. : Zercalo, 1997. – № 1. – S. 166–186.
3. Dzenks, Je. Anglijskoe pravo / Je. Dzenks. – M., 1947. – 378 s.
4. Kiralfi, A. Istochniki anglijskogo prava / A. Kiralfi; pod red. U. Batlera, V. Nersesjanca // Istorija prava: Anglija i Rossija. – M., 1990. – 304 s.
5. Miheeva, L.Ju. Doveritel'noe upravlenie imushhestvom. Kommentarij zakonodatel'stva / L.Ju. Miheeva; pod red. V.M. Chernova. – SPS «Konsul'tant Pljus».
6. Naryshkina, R.L. Doveritel'naja sobstvennost' v grazhdanskom prave Anglii i SShA / R.L. Naryshkina. – M., 1965. – S. 1–24.
7. O merah Pravitel'stva Rossijskoj Federacii i Central'nogo banka Rossijskoj Federacii po stabilizacii social'no-jekonomicheskogo polozhenija v strane // Rossijskaja gazeta. – 1998, 17 nojabrja. – № 218.

N.A. Novikova

Volgograd State University, Volgograd

Causes of Origins of Trust Ownership in England and Trust Management in Russia: Historical and Legal Aspects

Keywords: trust management; trust management of assets; trust; trust ownership.

Abstract: The paper deals with the origins of trust in England and presuppositions that conditioned the origination of trust management in Russia; the author analyzes the results of legal comparison between the above. The author widely uses the legal and doctrinal sources to conclude that the history of national law lacks the institute of trust ownership of the type existing in England, which splits the right of ownership to one and the same thing. The attempts to introduce certain “borrowed” types of relations’ regulatory models here in Russia were but a preliminary step to introduction of a complex legal regulation of trust management in this country.

© Н.А. Новикова, 2016

УДК 332.12

В.Б. БРЮХАНОВА

ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления»,
г. Улан-Удэ

СУЩНОСТЬ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Ключевые слова: пространственное развитие; пространство; развитие; регулирование пространственного развития; территория.

Аннотация: В статье определяется сущность основных понятий и выделены основные проблемы регулирования пространственного развития региона.

В современных условиях сбалансированное развитие территории региона, создание в каждом муниципальном образовании комфортных условий для проживания являются важнейшими задачами региональных органов власти. При этом повышение конкурентоспособности муниципальных образований становится базовым условием их устойчивого функционирования, что требует исследования проблемы регулирования пространственного развития региона.

Для понимания сущности понятия «пространственное развитие» рассмотрим понятия «пространство», «развитие».

Категория «пространство» выступает как универсальное понятие, удобное для описания различных предметных областей, поскольку оно исходно. Такой подход в существенной степени определяется тем, что качественный анализ сложных систем связан с их пространственно-временной организацией, с особым отношением между их элементами, взаимообусловленностью их функционирования.

По отношению к понятию «пространство» до сих пор однозначное толкование среди исследователей не достигнуто. Общеизвестным является определение, приведенное в Физическом энциклопедическом словаре: «Пространство – это совокупность отношений, выражающих координацию материальных объектов, их расположение друг относительно друга и относи-

тельную величину (расстояние и ориентацию). Пространство выражает порядок расположения одновременно существующих объектов, их протяженность». Пространство как специфичная система представлена в определении, данном И. Кантом: «Всякое созерцаемое в своих границах пространство есть такое целое, части которого при всяком разложении в свою очередь все еще представляют пространство и потому оно делимо до бесконечности».

По мнению С.И. Парина [6], «в рассматриваемой нами экономической системе существуют как бы два подпространства, опосредующие различные виды деятельности агентов: первое – материальное – включает реальные процессы создания, распределения и потребления ресурсов; второе – информационное – является результатом ментального (психологического) отображения первого и включает процессы формирования информационного образа среды, а также коллективное конструирование агентами на этой основе нового образа первого подпространства».

Следовательно, пространство социальное, экономическое, социально-экономическое представляет собой сочетание естественного физического, виртуального, духовного, представляющих материальные и нематериальные составляющие бытия человека.

Кроме того, пространство выражает не только порядок расположения материальных объектов, но и порядок нематериальных связей между объектами, который может являться результатом стихийной или целенаправленной организации пространства.

Следовательно, «целесообразно рассматривать пространство как форму материальной и нематериальной составляющих жизни, характеризующихся протяженностью, структурностью, сосуществованием, взаимодействием состав-

ляющих его элементов» [3].

Под экономическим пространством понимается пространство, связанное с ведением хозяйства или с освоением определенного пространства с целью извлечения из этого пространства пользы при наименьших затратах времени и других ресурсов, в т.ч. человеческих. При этом «экономическое пространство характеризуется стоимостью, полезностью, меновой стоимостью, имеет цену, ценность, выражается в издержках и доходах, нуждается в инвестициях и сулит прибыль» [5].

Согласно точке зрения О.А. Биякова [2], экономическое пространство выполняет функцию первичного, системообразующего, поглощающего в себя другие пространства. Каковы бы не были потребности человека, их удовлетворение возможно только через общественное производство.

Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин [7] считают, что «даже если мы концентрируем внимание только на экономике, необходимо учитывать ее связи с другими региональными подсистемами».

Экономическое пространство «включает пространство бытия и пространство действия, традиционно исследуется по двум направлениям: пространственная (территориальная) структура, пространственная организация хозяйства как естественный порядок (устройство) и как деятельность по организации (упорядочению, обустройству) пространства» [1].

В современном европейском контексте понятие «пространственное развитие» обозначает комплекс организованных действий по управлению элементами и связями территорий, систему действий и политик, направленных на оптимизацию происходящих пространственных изменений или развития.

Под пространственным развитием муниципального образования принято понимать общий подход к управлению развитием на основе представления о целостности территории как социального, экологического и культурного пространства. Данный термин отражает пространственную развертку экономических, политических, социальных процессов на территории [4].

Очевидно, что пространственное развитие является естественным продолжением пространственной организации и может рассматриваться как деятельность и как результат деятельности по организации (упорядочению, обустройству) пространства.

По мнению ученых [1], «синтез, ведущий к пониманию экономического пространства, закономерностей его динамики, может быть осуществлен с учетом по меньшей мере трех различных концептов». В рамках экономических школ развиваются такие логические кластеры смыслов «экономического пространства», как [1]:

- пространство поведения хозяйствующих субъектов (неоклассическая школа);
- кругооборот богатств: ресурсов, доходов, продуктов (классическая и кейнсианская школа);
- совокупность экономических институтов («новоинституционалистский», сочетающий идеи неоклассической и неавстрийской теоретической традиций, неортодоксальный).

Деятельность региональных органов власти по пространственной организации и устройству территории осуществляется посредством воздействия на экономику входящих в состав региона муниципальных образований.

Актуальность исследования проблемы регулирования пространственного развития региона определяется:

- усилением не только межрегиональных, но и внутрирегиональных различий;
- существенными исходными различиями в социально-экономическом развитии муниципальных образований, неравномерностью процесса реформирования их экономики, процессом расслоения муниципальных образований как по линии «город-село», так и муниципальных образований в сельской местности;
- усилением межрегиональной конкуренции, охватывающей не только рынки товаров, но и капиталов, технологий, рабочей силы; усиление межрегиональной конкуренции повышает требования к организации хозяйства регионов, в т.ч. и к ее пространственным аспектам.

На первый план выходит повышение эффективности экономики каждого из муниципальных образований региона на основе наиболее полного использования имеющихся у них конкурентных преимуществ. Четкое позиционирование роли муниципальных образований в экономике региона даст возможность научно обоснованного и целесообразного (с позиций региона) подключения ресурсов последнего для решения наиболее острых проблем их социально-экономического развития.

Один из наиболее важных аспектов – реформирование системы местного само-

управления. Становление системы местного самоуправления существенно изменило экономико-правовой статус муниципальных образований, что повлекло за собой необходимость формирования новой системы отношений региональных органов власти и органов местного самоуправления, в т.ч. и в части регулирования экономики муниципальных образований.

Исследование выполняется при финансовой поддержке РФФИ и Министерства образования Республики Бурятия в рамках научного проекта № НК 15-46-04388.

Список литературы

1. Анимица, Е.Г. Экономическое пространство России: проблемы и перспективы / Е.Г. Анимица, Н.М. Сурнина. – М. : Экономика региона, 2006. – № 3. – С. 34–46.
2. Бияков, О.А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты / О.А. Бияков. – Томск : Издательство Томского университета, 2004. – 152 с.
3. Брюханова, В.Б. Организованное рекреационное пространство в регионе: методология исследования и механизм формирования / В.Б. Брюханова, И.В. Антонова. – Улан-Удэ : Издательство ВСГУТУ, 2014. – 188 с.
4. Кравчук, Ю.Б. Актуальность разработки политики пространственного развития муниципального образования / Ю.Б. Кравчук // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2012. – С. 114–117.
5. Иноземцев, В. Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат: методолого-теоретические аспекты / В. Иноземцев // РЭЖ. – 1997. – № 11–12.
6. Паринов, С.И. Информационные взаимодействия в экономическом пространстве / С.И. Паринов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : rvles.ieie.nse.ru/net-model.htm.
7. Фетисов, Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление : учебник / Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М. : ИНФРА, 2008. – 416 с.

References

1. Animica, E.G. Jekonomicheskoe prostranstvo Rossii: problemy i perspektivy / E.G. Animica, N.M. Surnina. – M. : Jekonomika regiona, 2006. – № 3. – S. 34–46.
2. Bijakov, O.A. Teorija jekonomicheskogo prostranstva: metodologicheskij i regional'nyj aspekty / O.A. Bijakov. – Tomsk : Izdatel'stvo Tomskogo universiteta, 2004. – 152 s.
3. Brjuhanova, V.B. Organizovannoe rekreacionnoe prostranstvo v regione: metodologija issledovanija i mehanizm formirovanija / V.B. Brjuhanova, I.V. Antohonova. – Ulan-Udje : Izdatel'stvo VSGUTU, 2014. – 188 s.
4. Kravchuk, Ju.B. Aktual'nost' razrabotki politiki prostranstvennogo razvitija municipal'nogo obrazovanija / Ju.B. Kravchuk // Izvestija Irkutskoj gosudarstvennoj jekonomicheskoy akademii. – 2012. – S. 114–117.
5. Inozemcev, V. Strukturirovanie obshhestvennogo proizvodstva v sisteme postindustrial'nyh koordinat: metodologo-teoreticheskie aspekty / V. Inozemcev // RJeZh. – 1997. – № 11–12.
6. Parinov, S.I. Informacionnye vzaimodejstvija v jekonomicheskom prostranstve / S.I. Parinov [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : rvles.ieie.nse.ru/net-model.htm.
7. Fetisov, G.G., Oreshin V.P. Regional'naja jekonomika i upravlenie : uchebnik / G.G. Fetisov, V.P. Oreshin. – M. : INFRA, 2008. – 416 s.

V.B. Bryukhanova

East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude

The Essence of Regulation of Spatial Development of the Region

Keywords: space; territory; development; spatial development; regulation of spatial development.

Abstract: The article defines the essence of the main concepts and the basic problems of regulation of spatial development of the region.

© В.Б. Брюханова, 2016

УДК 332.142

Л.Н. РУБЦОВА

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» – филиал, г. Липецк

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность; маркетинговое управление; особые экономические зоны; ресурсный потенциал региона.

Аннотация: В статье рассмотрены актуальные вопросы организации системы маркетингового управления на предприятиях особых экономических зон, даны ключевые направления повышения эффективности использования ресурсного потенциала региона. Автор обращает внимание на недостатки традиционной системы маркетингового контроля.

Оценка и анализ фактического состояния и путей увеличения эффективного использования ресурсного потенциала региона имеет исключительно большое значение для повышения конкурентоспособности его услуг на рынке. Можно назвать следующие факторы повышения эффективности использования ресурсного потенциала особой экономической зоны (ОЭЗ):

- увеличение объема используемых ресурсов (экстенсивный фактор);
- повышение эффективности использования ресурсов (интенсивный фактор);
- повышение качества ресурсов;
- повышение сбалансированности всей совокупности ресурсов.

Известно, что системы маркетингового контроля занимают достаточно высокие позиции в общей структуре корпоративного маркетинга. Система маркетингового контроля каждого из двух типов маркетингового управления предполагает свои исходные предпосылки во внешней среде промышленного предприятия.

1. В системе маркетингового управле-

ния методом контроля предполагается, что внешняя среда меняется постепенно и медленно, оставляя достаточно времени на реакцию постфактум.

2. Маркетинговое управление методом экстраполяции подразумевает, что будущее явится экстраполяцией прошлого, что изменения будут происходить последовательно, но быстро, так что реакция постфактум исключается. В результате добавляется система корпоративных действий менеджеров по маркетингу бизнес-единиц в общей программе развития предприятия.

Маркетинговая информация на входе обычно носит комплексный характер. Эта комплексная входная маркетинговая информация представляет накопленные данные о прошлых событиях, экстраполяцию прежних тенденций и анализ ранее не встречавшихся явлений. Обычно такая маркетинговая информация касается внешнего окружения и внешних действий предприятия.

Реализацию решений на предприятиях с обеими маркетинговыми системами проводят с помощью организационных маркетинговых подразделений, которые имеют самостоятельность и не зависят друг от друга. Такой путь подходит для предприятий, имеющих стабильное окружение.

Для системы управления базами исследования на основе маркетингового контроля характерна простота и отлаженность действий. Подобная система дает объективное измерение эффективности работы, инструмент для определения характера и места имеющихся слабостей, а также метод сравнения эффективности работы различных подразделений предприятия. Сегодня традиционная система маркетингово-

го контроля является одним из существенных (хотя и устаревших) инструментов маркетингового управления.

К качественной оценке того, как конкретная маркетинговая бизнес-единица справляется с поставленными перед ней задачами, на стадии маркетингового контроля добавляется также количественное измерение выполненной работы. На основе прошлого опыта определяются нормы, квоты и стандарты, подкрепляющие субъективные оценки, сделанные ключевым менеджером по маркетингу. Разница между ожидаемыми и фактическими результатами порождает контрольный сигнал, т.е. решение, которое формально оформляется в виде распоряжений. Наличие отчетов об эффективности позволяет периодически пересматривать маркетинговую стратегию конкретной маркетинговой бизнес-единицы.

Традиционная система контроля имеет явные недостатки. Поскольку квоты и эталоны основываются на прошлом опыте, контрольные действия связаны скорее с прошлым, нежели с будущим промышленного предприятия. Таким образом, управление на основе стандартного маркетингового контроля тормозит активное, опережающее использование будущих возможностей, она также направляет движение фирмы к экономически устойчивому состоянию.

Система долгосрочного маркетингового управления первого типа является промежуточным вариантом, сочетающим в себе характеристики систем контроля, финансового и собственно долгосрочного управления.

Система маркетингового управления второго типа более сбалансирована и при своем функционировании предполагает следующий алгоритм действий.

1. Использование прошлых тенденций в качестве основы для прогнозирования будущих тенденций во внешней среде: народонаселении, экономике, технологии, конкуренции и других факторах. Исходя из прогнозируемой маркетинговой эффективности, определяются тенденции изменения прибыльности предприятия ОЭЗ.

2. Сравнение тенденций внешней среды и эффективности маркетинговой стратегии предприятия, определение маркетинговых целей предприятия. Обычно эти цели намечаются на уровне более высоком, что вытекает из тенденции эффективности, для того чтобы стимулировать улучшение уже достигнутых результатов.

3. Преобразование разрозненных марке-

тинговых целей в скоординированную маркетинговую программу действий для различных подразделений предприятия. Эти программы содержат графики маркетинговых мероприятий, контрольные сроки. Программы маркетинговых мероприятий служат основой финансовых планов распределения ресурсов, необходимых для осуществления подобных программ. Программы мероприятий и планы распределения маркетинговых ресурсов служат основой для формирования планов прибыли.

4. Проверка осуществимости, т.е. определение того, насколько планируемые результаты удовлетворяют руководство, а также проверка наличия маркетинговых ресурсов, необходимых для различных подразделений предприятия.

В данной системе программы и финансовые планы обеспечения маркетинговых мероприятий, включая рекламные акции, строятся не на прошлых результатах, а из перспективы развития предприятия в будущем. В маркетинговом контроле акцент, который ранее фиксировался на отклонениях от прошлых эталонов, перемещается на измерение разрыва между нынешними результатами и целями, которые должны быть достигнуты к концу планового периода.

Решение по контролю имеет две возможные альтернативы:

1) произвести корректирующие маркетинговые действия;

2) если оценка экономических результатов показывает, что ранее определенные цели стали нереальными, изменить цели конкретных маркетинговых бизнес-единиц или всего предприятия в целом.

Для более детального анализа на основе классификации прикладных систем управления была использована методика экспертной оценки сбалансированности системы маркетингового управления предприятиями ОЭЗ.

Суть методики заключается в следующем:

1) определение типа существующей системы маркетингового управления;

2) оценка сбалансированности этой системы и составление профиля системы маркетингового управления;

3) если оценки системы имеют существенные отклонения от нормы, то делается вывод о несбалансированности данной системы маркетингового управления.

Данная методика позволяет не только сделать вывод о состоянии системы, но и выя-

вить требующие усовершенствования блоки системы.

Как показывает практика, наиболее сбалансированными являются системы маркетингового управления на основе контроля.

Исследование предприятий должно содержать следующие обязательные составляющие:

- общие характеристики и тенденции изменения отрасли в целом, в т.ч. уровень нестабильности в отрасли;
- состояние конкуренции;
- характеристики основных потребителей;
- определение степени привлекательности отрасли.

Для комплексного изучения состояния предприятия необходим анализ маркетингового потенциала предприятия, а также исследование его отличительных особенностей. В настоящее время положение предприятий особой экономической зоны Липецкого региона характеризует-

ся достаточно высокими привлекательностью отрасли и конкурентными преимуществами исследуемых предприятий, однако неблагоприятны макроусловия внешней среды и недостаточно используется маркетинговый потенциал организаций.

В результате проведенных исследований были выявлены следующие причины:

- агрессивный маркетинг зарубежных конкурентов;
- риски при определении и выборе партнеров;
- отсутствие надежной маркетинговой информации о конкурентах;
- недостаточный уровень развития правового и налогового режима функционирования ОЭЗ промышленного типа.

Таким образом, именно нестабильность внешней среды и должна стать толчком для применения методов корпоративного маркетинга на предприятиях ОЭЗ.

Список литературы

1. Чернявская, Ю.А. Проблемы эффективности особых экономических зон / Ю.А. Чернявская // Актуальные проблемы современной науки. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – 2011. – С. 291–302.
2. Чернявская, Ю.А. Особые экономические зоны как центры привлечения инвестиций в регионы / Ю.А. Чернявская // Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. – Тамбов, 2014. – С. 168–172.
3. Воронкова, О.В. Формирование региональной концепции управления качеством продукции и услуг : учебное пособие для студентов / О.В. Воронкова. – Тамбов : Издательство ТГТУ. – 2006.
4. Чернявская, Ю.А. Маркетинговая стратегия особых экономических зон региональной социально-экономической системы / Ю.А. Чернявская, Л.Н. Рубцова // Аудит и финансовый анализ. – № 2. – С. 322–324.

References

1. Chernjavskaja, Ju.A. Problemy jeffektivnosti osobyh jekonomicheskikh zon / Ju.A. Chernjavskaja // Aktual'nye problemy sovremennoj nauki. Sbornik materialov mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – 2011. – S. 291–302.
2. Chernjavskaja, Ju.A. Osobyje jekonomicheskie zony kak centry privlechenija investicij v regiony / Ju.A. Chernjavskaja // Teoreticheskie i prikladnye voprosy obrazovanija i nauki. Sbornik nauchnyh trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – Tambov, 2014. – S. 168–172.
3. Voronkova, O.V. Formirovanie regional'noj koncepcii upravlenija kachestvom produkcii i uslug : uchebnoe posobie dlja studentov / O.V. Voronkova. – Tambov : Izdatel'stvo TGTU. – 2006.
4. Chernjavskaja, Ju.A. Marketingovaja strategija osobyh jekonomicheskikh zon regional'noj social'no-jekonomicheskoj sistemy / Ju.A. Chernjavskaja, L.N. Rubcova // Audit i finansovyj analiz. – № 2. – S. 322–324.

L.N. Rubtsova

Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk

To More Efficient Use of Recourse Potential of the Region

Keywords: resource potential of the region; special economic zones; investment attraction; marketing management.

Abstract: The article deals with topical issues of the organization of the system of marketing management in enterprises of special economic zones. The author outlines the key areas of efficient use of the resource potential of the region. The author draws attention to the shortcomings of the traditional system of marketing management.

© Л.Н. Рубцова, 2016

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ
List of Authors

А.М. ДАВЫДОВ

кандидат технических наук, доцент кафедры технико-экономических систем Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, г. Москва

E-mail: amdavydov@mail.ru

A.M. DAVYDOV

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Department of Technical and Economic Systems, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

E-mail: amdavydov@mail.ru

В.П. КИРПИЧНИКОВ

доктор технических наук, профессор кафедры технико-экономических систем Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, г. Москва

E-mail: vpkirpichnikov@mail.ru

V.P. KIRPICHNIKOV

Doctor of Technical Sciences, Professor, Department of Technical and Economic Systems, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

E-mail: vpkirpichnikov@mail.ru

Т.А. КОВАЛЕНКО

кандидат технических наук, доцент кафедры информатики и вычислительной техники Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара

E-mail: Tanay_Kovalenko@mail.ru

T.A. KOVALENKO

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Department of Computer Science, Volga State University of Telecommunications and Informatics, Samara

E-mail: Tanay_Kovalenko@mail.ru

Я.И. РУСТАМОВ

кандидат технических наук, старший научный сотрудник Института систем управления Национальной академии наук Азербайджана, г. Баку (Азербайджанская Республика)

E-mail: Terlan56@mail.ru

YA.I. RUSTAMOV

PhD in Technical Sciences, Senior Research Fellow, Institute of Control Systems of the National Academy of Sciences of Azerbaijan, Baku (Azerbaijan)

E-mail: Terlan56@mail.ru

А.Б. КАСУМОВ

кандидат технических наук, доцент Института систем управления Национальной академии наук Азербайджана, г. Баку (Азербайджанская Республика)

E-mail: Terlan56@mail.ru

A.B. KASUMOV

PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Institute of Control Systems of the National Academy of Sciences of Azerbaijan, Baku (Azerbaijan)

E-mail: Terlan56@mail.ru

А.Е. КОВАЛЕВА

старший лаборант кафедры информационных технологий и высшей математики Смоленской государственной сельскохозяйственной академии, г. Смоленск

E-mail: Nastenchik2002@mail.ru

A.E. KOVALEVA

Senior Laboratory Assistant, Department of Information Technology and Higher Mathematics, Smolensk State Agricultural Academy, Smolensk

E-mail: Nastenchik2002@mail.ru

<p>А.Г. ЛИТВИНОВА старший преподаватель кафедры экономики предприятия и предпринимательства Российского университета дружбы народов, г. Москва E-mail: angellitvinova@inbox.ru</p>	<p>A.G. LITVINOVA Senior Lecturer, Department of Economics of Enterprise and Entrepreneurship, Russian University of Peoples' Friendship, Moscow E-mail: angellitvinova@inbox.ru</p>
<p>Ю.А. ЧЕРНЯВСКАЯ кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Липецк E-mail: sherry1504@yandex.ru</p>	<p>YU.A. CHERNYAVSKAYA PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance and Credit, Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk E-mail: sherry1504@yandex.ru</p>
<p>С.А. БАРАНОВА кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры конституционного и административного права Байкальского государственного университета, г. Иркутск E-mail: svetlana.myshenko@gmail.com</p>	<p>S.A. BARANOVA PhD in Law, Senior Lecturer, Department of Constitutional and Administrative Law, Baikal State University, Irkutsk E-mail: svetlana.myshenko@gmail.com</p>
<p>Н.А. НОВИКОВА соискатель кафедры гражданского и международного частного права Волгоградского государственного университета, г. Волгоград E-mail: novikova_legal@mail.ru</p>	<p>N.A. NOVIKOVA Postgraduate, Department of Civil and Private International Law, Volgograd State University, Volgograd E-mail: novikova_legal@mail.ru</p>
<p>Ц.А. ШАМЛИКАШВИЛИ кандидат медицинских наук, профессор, заведующая кафедрой медиации в социальной сфере Московского городского психолого-педагогического университета, г. Москва E-mail: office@mediacia.com</p>	<p>TS.A. SHAMLIKASHVILI PhD in Medicine, Professor, Head of Department of Mediation in Social Sphere, Moscow City Psychological and Pedagogical University, Moscow E-mail: office@mediacia.com</p>
<p>С.В. ХАРИТОНОВ доктор медицинских наук, профессор кафедры медиации в социальной сфере Московского городского психолого-педагогического университета, г. Москва E-mail: sergeyhar@mail.ru</p>	<p>S.V. KHARITONOV MD, Professor, Department of Mediation in Social Sphere, Moscow City Psychological and Pedagogical University, Moscow E-mail: sergeyhar@mail.ru</p>
<p>Д.Н. ПЧЕЛИНЦЕВА младший научный сотрудник Федерального института медиации, г. Москва E-mail: office@mediacia.com</p>	<p>D.N. PCHELINTSEVA Junior Researcher, Federal Institute of Mediation, Moscow E-mail: office@mediacia.com</p>

В.Б. БРЮХАНОВА

кандидат экономических наук, доцент Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления, г. Улан-Удэ

E-mail: tubano@mail.ru

V.B. BRYUKHANOVA

PhD in Economics, Associate Professor, East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude

E-mail: tubano@mail.ru

Л.Н. РУБЦОВА

доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и кредита филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Липецк

E-mail: sherry1504@yandex.ru

L.N. RUBTSOVA

Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Credit, Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk

E-mail: sherry1504@yandex.ru

НАУКА И БИЗНЕС: ПУТИ РАЗВИТИЯ
SCIENCE AND BUSINESS: DEVELOPMENT WAYS
№ 2(56) 2016
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Подписано в печать 12.02.16 г.
Формат журнала 60×84/8
Усл. печ. л. 6,74. Уч.-изд. л. 4,0.
Тираж 1000 экз.